

 **Richmedia gera 5 x** mais conversões.
300% de aumento em resultados.



Case Johnnie Walker Red Mix - NeogamaBBH

Overview:

A **NEOGAMABBH** em conjunto com a **DIAGEO**, escolheu a **AUNICA** como parceira oficial de suas atividades de gestão, produtos, análises e otimização de toda a mídia digital, para o maior projeto on-line já realizado no Brasil.

A campanha veiculada em Mai/Jun/Jul de 2006 nos principais veículos nacionais, utilizou as seguintes disciplinas:

- **Mídia on-line** – Atlas Media Console;
- **Richmedia** – Atlas Rich Media;
- **Links Patrocinados** – Atlas Search;
- **E-mail marketing** – Tracking completo pelo Media Console;
- **Análise do site** – Integração e implementação do Google Analytics

Depoimento do Cliente:



CLIENTE: “A escolha da ÚNICA foi uma decisão acertada. Foi fácil trabalhar e gerenciar. Os profissionais da ÚNICA realmente entenderam os objetivos do nosso cliente e nos guiaram ao longo de todos os processos.”

Fabio Klein – Supervisor América Latina
NeogamaBBH / Diageo

Resultados:

Todos os canais x formatos x conversões foram testados e otimizados com a campanha em andamento, **ampliando em alguns casos os resultados em até 300%.**

Pontos chaves:

- Peças **Richmedia** representaram **14% do volume total** de impressões, sendo responsável por mais de **45% de todo tráfego** gerado para o site.
- Richmedia gerou **5 x mais conversões** do que peças tradicionais
- Os Superstitials® atingiram picos de **10% de CTR**, com média de **14% de interação** e **35s de exibição**;
- Links Patrocinados no Yahoo foi o canal com o Custo por Conversão mais baixo entre todos.