

Pressmeddelande

22 januari 2024 14:00:00 CET

Adverty och NumberEight: McDonalds uppnår 58% ökning i varumärkespreferens genom sammanslagning av gaming och ID-lös demografisk annonsriktning

McDonald's uppnådde en anmärkningsvärd 58% ökning i varumärkespreferens genom att marknadsföra Pokemon Happy Meals i en virtuell in-gameutomhuskampanj, med användning av innovativa ID-lösa annonsriktningsfunktioner.

Som global snabbmatsjätte har McDonalds gjort en framgångsrik satsning inom gaming med en uppfinningsrik VOOH ("Virtual Out-of-Home") in-game billboard-kampanj. McDonalds tillämpade den kombinerade kraften hos Adverty, en pionjär inom In-Play-annonsering, och NumberEights toppmoderna ID-lösa teknik för demografisk annonsriktning, Euclid Lite, vilket gav enastående resultat. I den omfattande spelindustrin, med över 3 miljarder användare, ville McDonalds öka intresset, avsikten och lojaliteten bland spelarna och riktade sig till föräldrar och yngre vuxna (18-24) [1].

Men hur fungerar egentligen demografisk annonsriktning i realtid? Användningen av AI och stora språkmodeller (LLM) spelar en avgörande roll i NumberEights banbrytande teknik, som använder probabilistiska maskininlärningsalgoritmer för att förutsäga användarnas ålder och kön. Den analyserar olika datainput, inklusive demografisk data i annonsbudförfrågningar, appfunktioner (som färgpaletter och spelbeskrivningar), censusdata, enhetsinformation (tillverkare, modell och user agent string) med mera. Detta gör det möjligt för annonsörer att leverera exakta, relevanta annonser utan att förlita sig på traditionella cookies eller IDn, vilket säkerställer både personalisering och användarnas integritet.

Chris Lombardi, President & medgrundare på APEX Mobile Media, en nyckelpartner till Adverty, betonar framgången: "Genom att använda premiumplaceringar med hög effekt i spel från Adverty och data från NumberEight, kunde vi effektivt nå och driva medvetenhet ("brand awareness") för McDonalds Pokemon-kampanj."

Anmärkningsvärda resultat presenteras

Samarbetet mellan McDonalds, Adverty och NumberEight har lett till en anmärkningsvärd ökning av varumärkets "brand uplift" prestanda:

36% ökning i intresse: Annonsgenkännare lutade signifikant mot att överväga McDonalds för framtida köp.

345% ökning i specifik avsikt: Annonsgenkännare uppvisade en betydande ökning av positiva handlingar relaterade till McDonalds.

58% ökning i varumärkespreferens: När annonsigenkännare ställdes inför valet mellan konkurrenter valde de överväldigande McDonalds.

Ett "game-changing" partnerskap

Den framgångsrika integrationen av Adverty och NumberEights annonslösningar gjorde det inte bara möjligt för McDonalds att utnyttja kraften inom gaming, men även att uppnå enastående framgångar inom intresse, avsikt och lojalitet. Samarbetet visar på den enorma potential inom målgruppsriktade annonser i realtid i spelmiljöer, och öppnar nya vägar för varumärken att nå ut till sina målgrupper på ett sömlöst sätt.

McDonalds, Adverty och NumberEight har satt en ny standard för innovativ och effektiv annonsering i spelvärlden.

[1] NumberEights ID-lösa demografiska teknik tillhandahålls för ålders- och könsriktad annonsering och bör inte användas för regulatoriska- eller complianceändamål.

Om NumberEight

NumberEight är ett banbrytande företag inom behavioral intelligence som har omvärderat identiteten genom att omvandla till synes meningslös data från sensorer, annonsförfrågningar och innehållsinformation till meningsfulla insikter. Deras innovativa tillvägagångssätt gör det möjligt för publicister att förbättra sitt content med intelligent, ID-lös data, vilket gör det möjligt för annonsörer att fånga sina målgrupps uppmärksamhet och höja värdet på sina annonsvisningar - allt utan behov av ID eller PII. Detta positionerar ekosystemet för annonsering för en framtid där integritetsfrågorna står i centrum.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Pontus Dahlström, Finanschef
Telefon: +46 709 13 60 03
E-post: pd@adverty.com

Om Adverty

Adverty, den ledande plattformen för in-game annonsering, sammanför varumärken och människor genom spektakulära In-Play™ annonser, utifrån sin revolutionerande och patenterade teknik byggd för VR/AR- och mobilspel. Plattformen levererar programmatisk video- och displayannonsering till spel över hela världen och låter kreatörer monetarisera den fullständiga spelupplevelsen med icke-påträngande, lättintegrerade, immersiva annonser.

Adverty är grundat 2016 med kontor i Stockholm, London, Istanbul och Lviv och skapar nya intäktskanaler för spelutvecklare samt ger annonsörer möjlighet att nå unikt engagerade målgrupper. Mer information på www.adverty.com.

Denna information är sådan information som Adverty AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 2024-01-22 14:00 CET.

Bifogade filer

[Adverty och NumberEight: McDonalds uppnår 58% ökning i varumärkespreferens genom sammanslagning av gaming och ID-lös demografisk annonsriktning](#)