

CASE STUDY: BUDGET IM GRIFF: WIE EIN FINTECH-UNTERNEHMEN APP-DOWNLOADS MIT EARNED MEDIA STEIGERTE



PRODUKT

- Outbrain Amplify

BRANCHE

- Finanzen

ZENTRALE THEMEN

- Steigerung der Awareness
- Steigerung der App-Downloads
- Generierung von qualitativ hochwertigem Traffic

Überblick: MoneyFarm ist eine unabhängige Online-Finanzberatung, die sich auf die Entwicklung von individuell auf den Kunden abgestimmte Anlage-Portfolios spezialisiert hat. Dank der ausgeprägten Kundenorientierung und den interaktiven Dienstleistungen können selbst Kleinanleger Lösungen finden, die auf ihre finanziellen Bedürfnisse abgestimmt sind.



Ziele: MoneyFarm hat gemeinsam mit Outbrain eine Media-Kampagne für seine Mobile-App entwickelt. Ziel war es, den Bekanntheitsgrad der neuen iPhone- und iPad-App zu steigern, Benutzer auf die Download-Seite des App-Stores zu leiten und somit die App-Downloads kosteneffizient zu steigern.

Ergebnisse: MoneyFarm distribuierte eine positive Produktbewertung mittels Outbrain Amplify und erzielte damit eine Conversion-Rate von 25% für App-Downloads. Mithilfe von Outbrain konnte qualitativ hochwertiger Traffic und die Anzahl der Downloads innerhalb des Kampagnenzeitraumes deutlich gesteigert werden. Dabei wurden die Erwartungen und Wünsche des Kunden übertroffen.

ERGEBNIS

25%
CONVERSION-RATE

0.23€
EFFEKTIVE KOSTEN
PRO DOWNLOAD



Anstatt unsere eigenen Inhalte zu promoten, haben wir uns dazu entschieden, eine positive Beurteilung eines unabhängigen Publishers zu verbreiten. Die Autorität einer unabhängigen Redaktion, kombiniert mit der nativen Strategie und Reichweite von Outbrain, hat die positive Wirkung der ausgewählten Produktbewertung vervielfacht. Die Ergebnisse waren sowohl in Bezug auf die Conversion-Rate als auch die Kosten pro Download klar und sehr schnell sichtbar.”

Stefano Giudici
Web Marketing Specialist, MoneyFarm

CASE STUDY: BUDGET IM GRIFF: WIE EIN FINTECH-UNTERNEHMEN APP-DOWNLOADS MIT EARNED MEDIA STEIGERTE

Die Content-Strategie:

Hilfreiche Apps gewinnen bei Nutzern immer mehr an Bedeutung. Gleichzeitig treffen Menschen wirtschaftliche Entscheidungen immer vorsichtiger. Auf Basis dieser Entwicklungen hat MoneyFarm die kostenfreie App BudJet entwickelt, die Menschen dabei hilft, ihre persönlichen und familiären Kosten besser nachzuverfolgen. Die App stieß bei Sparern sofort auf großen Anklang und erhielt hervorragende Bewertungen von unabhängigen Fachzeitschriften.

Lösung: Der Kunde hat besonders positive Produktbewertung in der Fachpresse ausgewählt und über das Outbrain Empfehlungs-Widget am Artikelende ("Das könnte Sie auch interessieren") auf über 200 verschiedenen italienischen Premium-Publishern-Webseiten verbreitet. Zudem wurde durch ein gezieltes Targeting sicher gestellt, dass die Produktbewertungen nur von Apple iOS-Nutzern auf mobilen Geräten gesehen werden konnte.

Die Grundsätze des Native Advertising stets im Blick, wurden User beim Browsen nicht gestört und entschieden sich zu jeder Zeit selbstbestimmt dazu, den Bericht zu lesen. Der mittels eines Empfehlungs-Widgets von Outbrain ("Das könnte Sie auch interessieren") angezeigte native Content wurde bei Usern nicht als werbend, sondern als relevant, interessant und informativ empfunden.

Nach dem Lesen der Bewertung entschied sich jeder vierte Leser dazu, die BudJet App herunterzuladen. Das starke Interesse am Produkt lässt sich dabei direkt auf die einzigartigen Targeting-Fähigkeiten von Outbrain zurückführen, ein interessiertes Publikum anzusprechen und positive Bewertungen skalierbar zu promoten.

