

## CASE STUDY:

# CONTENT MARKETING FÜR HERAUSRAGENDE INNOVATIONEN: MAXIMALE CONVERSIONS FÜR DIE SMARTFLOWER.



### PRODUKT:

- Outbrain Amplify
- KPI Optimization

### BRANCHE:

Energie

### ZENTRALE THEMEN:

#### Brand Awareness:

Verteilung von Content im französischen Premium-Publisher-Netzwerk von Outbrain für qualifizierten Traffic.

#### Conversion:

Lead-Generierung über Registrierung auf der Webseite.

#### Optimierung:

Identifizierung und zielgerichtete Ansprache einer qualifizierten Zielgruppe und Management der Akquisekosten.

**“Outbrain war für uns der effektivste Akquisekanal und übertraf sowohl Social als auch Display. Dank der kontinuierlichen Optimierungen konnten wir hohe Conversion-Mengen erreichen – zu transparenten und kontrollierbaren Kosten.”**

CAMILLE SERVANTON  
Traffic Manager bei EDF ENR Solaire



### Ziele:

EDF ENR ist eine Untereinheit von Électricité de France (EDF) und auf Photovoltaik-Solarzellen spezialisiert. Mit der SmartFlower veröffentlichte EDF eine neue Art Energieerzeuger für Zuhause. Mit ihr können Haushalte ihren eigenen Strom erzeugen und nutzen. Zur Unterstützung des Produktlaunches entwickelte EDF ENR eine Content-Marketing-Strategie, die sich vor allem auf die Kundenakquise konzentrierte. Das Unternehmen entwickelte eine responsive und optimierte Content-getriebene Landing Page und setzte auf Outbrain, um ihre Zielgruppe zu erreichen, Leads zu generieren und die Akquisekosten möglichst effizient zu gestalten.

### Outbrains Lösung:

- Premium-Netzwerk für die Verbreitung:
  - 71% Reichweite in Frankreich (comScore, Jan. 2016)
  - 400+ Premium-Publisher (u.a. Le Monde, Le Figaro, L'Équipe)
- Fortlaufende Optimierung, um geringste Kosten pro Akquisition zu garantieren:
  - A/B-Testing von Überschriften und Bildern, um die beste Kombination zu ermitteln sowie eine hohe CTR (Click Through Rate) zu erzielen
  - Ermittlung für die besten Traffic-Quellen und Geo-Targeting-Optimierung zur besseren Verbreitung bei relevanten Zielgruppen
  - Identifizierung der Kernzielgruppe zur Maximierung der Registrierungen und damit auch der Lead-Generierung
  - Beratung zur Optimierung der Artikel-Seiten und Optimierung des Sales-Funnels

## CASE STUDY:

# CONTENT MARKETING FÜR HERAUSRAGENDE INNOVATIONEN: MAXIMALE CONVERSIONS FÜR DIE SMARTFLOWER.



Outbrain verbreitet den Content von EDF auf Premium-Publisher-Seiten. Die Targeting-Technologie von Outbrain identifiziert automatisch die relevanteste Zielgruppe.

Nach einem Klick auf die Empfehlung wird der Nutzer auf eine Content-Seite geleitet, die die Geschichte der SmartFlower beschreibt.

Die Content-Seite ist für Conversions optimiert. Der Nutzer kann sich bei Interesse registrieren und erhält weitere Informationen zum Erwerb der SmartFlower.

## ERGEBNISSE

**+500 CONVERSIONS/MONAT**  
OUTBRAIN BESTE CONVERSION-PLATTFORM IM VERGLEICH ZU  
SOCIAL UND DISPLAY

**50.000**  
CLICKS/MONAT

**80%**  
GERINGERER CPA

«Die Kampagne zeigt, dass guter Content einen herausragenden ROI ermöglichen kann, sogar für so spezielle Produkte wie die SmartFlower. Solche guten Ergebnisse lassen sich unabhängig vom Produkt oder Service und von den Ziel-KPIs (Newsletter-Anmeldung, Lead-Generierung, Online-Kauf, etc.) erzielen.»

FABIEN SCHWARTZ  
Senior Account Manager bei Outbrain