

CASE STUDY:

YELLO STEIGERT MIT OUTBRAIN DIE BESUCHERZAHL SEINES CONTENT HUBS „YELLO BLOGHAUS“ UM 80 PROZENT.



Produkt:

Outbrain Amplify

Branche:

- Energie

Zentrale Themen:

- Traffic-Generierung abseits der bekannten Social-Media-Kanäle
- Steigerung der Brand Awareness
- Distribution von relevanten Inhalten rund um das Thema Energie

Überblick: Die [Yello Strom GmbH](#)

aus Köln ist eine der bekanntesten Energiemarken für Strom und Gas in Deutschland. Besonders viel Wert legt das Unternehmen auf faire und attraktive Angebote sowie guten und innovativen Kundenservice. So ermöglicht die neue App kWhapp Kunden wie auch Nichtkunden die volle Kontrolle über ihren Stromverbrauch, ihren Abschlag und ihre Kosten.

Der Strom- und Gasanbieter startete bereits im November 2015 eine erste, kleinere X-Mas Testkampagne für den Content Hub „Yello Bloghaus“ über die Plattformen Desktop, Tablet und Mobile hinweg. Diese Kampagne bildete die Basis für eine langfristig angelegte Zusammenarbeit mit dem Ziel, affine User auf den Blog aufmerksam zu machen, mit interessanten Inhalten zu erreichen und eine positive Markenwahrnehmung zu erzeugen.

“

Outbrain hat uns dabei geholfen, die Lebensdauer von Owned Media deutlich zu verlängern und die Aufmerksamkeit gezielt auf ausgewählte Artikel zum Thema Energie zu lenken. Im Rahmen der strategischen Ausrichtung bei Yello werden wir auch weiterhin auf Outbrain als Partner setzen und die Reichweite des Blogs maximieren.“

SEBASTIAN BUNGART, ONLINE MARKETING MANAGER
BEI YELLO STROM GMBH

Ziele: Durch die Zusammenarbeit mit der Content-Discovery-Plattform Outbrain wollte Yello seine Reichweite deutlich ausweiten und für seinen Blog vermehrt Traffic abseits der bekannten Social-Media-Kanäle generieren. Im Zuge dessen sollte durch die Verbreitung von Content rund um das Thema Energie die Bekanntheit der Marke Yello maßgeblich gesteigert werden.

Lösung: Durch die Bereitstellung von lesenswerten Inhalten rund um das Thema Energie möchte Yello das Interesse potentieller Kunden und Bestandskunden gewinnen und die Markenwahrnehmung verbessern. Auf dem Content Hub „Yello Bloghaus“ lesen User Blogbeiträge zu den Themen Nachhaltigkeit, Energiesparen oder der vernetzten Welt. Entscheidend ist für Yello neben der Steigerung der Reichweite vom „Yello Bloghaus“ auch die Ansprache der richtigen User. Outbrain spielt daher die Owned-Media-Inhalte über das Outbrain Premium Publisher-Netzwerk aus und retargetet vorqualifizierte User über Display-Kampagnen. Ein Cross-Screen-Ansatz stellt dabei sicher, dass User über Desktop, Tablet und Mobile hinweg gezielt erreicht werden.

ERGEBNIS

0,70%
MAX. CTR

80%+
USER AUF
„YELLO BLOGHAUS“

16x
GERINGERER
CPA

CASE STUDY:

YELLO STEIGERT MIT OUTBRAIN DIE BESUCHERZAHL SEINES CONTENT HUBS „YELLO BLOGHAUS“ UM 80 PROZENT.

Content-Strategie: Informative Beiträge über effiziente Stromversorgung, effektives Heizen und Energiesparen bieten aktuellen wie potentiellen Strom- und Gaskunden einen Mehrwert. Sie erfahren mehr über das richtige Nutzungsverhalten und erhalten wertvolle Tipps für den eigenen Energieverbrauch. Beiträge über neue Technologien oder die Möglichkeiten der vernetzten Welt positionieren Yello zudem als technologischen Vorreiter. Diese Kombination aus relevanten Inhalten überzeugt nicht nur die Kunden, sondern wirkt sich auch positiv auf die Markenwahrnehmung aus. Dank der Distribution der Inhalte über das Outbrain Premium Publisher-Netzwerk erreichen die Beiträge Leser in einem hochwertigen Umfeld auf den größten deutschen Publisher-Webseiten wie Bild.de oder Focus Online. Durch den zusätzlichen Einsatz von Story Sequencing können zudem gezielt Kunden angesprochen und getargetet werden, die zuvor bereits den Blog besucht haben.



Ergebnisse: Durch die Distribution der Inhalte des internen Content Hubs „Yello Bloghaus“ über das Outbrain Premium Publisher Netzwerk hinweg konnten die Besucherzahlen des Blogs nachweislich um 80 Prozent gesteigert werden. Dabei blieben die KPIs Verweildauer, Bounce-Rate und Page Impressions pro Visit stabil. Mithilfe von Outbrain konnte zudem eine CTR von bis zu 0,70% bei Bestperformern erreicht werden. Zusätzlich konnten positive vertriebliche Effekte beobachtet werden. Mit Outbrain gelang es Yello, den CPA seit November 2015 um den Faktor 16 zu reduzieren.



„Es ist kein Geheimnis, dass klassische Werbung immer weniger den gewünschten Effekt erfüllt. Inhalte müssen für den Kunden einen Mehrwert bieten. Mithilfe unserer Empfehlungstechnologie haben wir es geschafft, die für das Thema Energie relevanten Inhalte des Content Hubs „Yello Bloghaus“ gezielt der richtigen Zielgruppe anzubieten und die Besucherzahl so um 80 Prozent zu steigern.“

MARTIN MAHLERT, SENIOR SALES MANAGER BEI OUTBRAIN