

Garmin generiert mit Outbrain Awareness und Traffic für Lifestyle Magazin BeatYesterday.org



ZIELE

Qualifizierter Traffic
Awareness
Verweildauer

ÜBERBLICK

Garmin ist einer der weltweit führenden Anbieter für Navigationslösungen und entwickelt hochwertige Produkte für die Automobilbranche sowie für die Bereiche Luftfahrt, Marine, Outdoor und Sport. Mit der Wearables-Sparte, die Fitness-Tracker und Smartwatches umfasst, spornt Garmin seine Kunden an, jeden Tag besser zu werden und mehr zu erreichen, ganz nach dem Motto: #BeatYesterday.

PRODUKTE

Amplify
Retargeting

Das Web-Portal BeatYesterday.org animiert zu einem aktiven Lifestyle und bietet Beiträge zur gesunden Ernährung, neuen Sport-Trends und Fitnessübungen. Um die maximale Aufmerksamkeit und qualifizierten Traffic zu erreichen, setzt Garmin mit der Agentur Pilot auf die führende Native-Discovery-Plattform Outbrain. Über das Premium-Publisher-Netzwerk spielt Outbrain Garmins Inhalte an bis zu 86 Prozent der werberelevanten Zielgruppe* aus. Die nativen, aufmerksamkeitsstarken Empfehlungen sorgen zudem für ein hohes Engagement. Garmin erzielte über 235.000 Visits und eine Verweildauer von über 60 Sekunden bei 35% der Nutzer.

ERGEBNISSE

235.000

Visits/7 Monate

35%

Verweildauer über 60 Sekunden



ERFAHRUNG

„Wir sind sehr zufrieden mit dem über Outbrain erzielten Traffic und dem Targeting der Nutzer. Die hohen Engagement-Werte zeigen, dass Outbrain genau die richtigen User anspricht, die sich für unsere Sport- und Lifestylethemen begeistern. Die aufmerksamkeitsstarken Formate rücken unsere Inhalte zudem in das richtige Licht und erhöhen die Awareness für Garmin.“

ROBIN KOCH, ONLINE MARKETING MANAGER DACH, GARMIN

*86,4% der werberelevanten Zielgruppe in Deutschland: 14-49-jährige Unique User (AGOF digital facts, Dez. 2017)