

Microsoft nutzt Targeting-Funktionen von Outbrain und steigert Conversions



Microsoft ist ein US-amerikanischer multinationaler Technologiekonzern. Als weltweit marktführender Hersteller von Standardsoftware, Services und Lösungen ist das Unternehmen eines der wertvollsten der Welt.

Überblick

Microsoft nutzte einige der fortschrittlichsten Targeting Features von Outbrain und erzielte dadurch immenses Engagement und zahlreiche Conversions. Im Vergleich zum Traffic über soziale Kanäle generierten die nativen Empfehlungen im Premium-Publisher-Netzwerk von Outbrain höhere Klickzahlen und mehr Leads. Dies spricht für das Potenzial, das der Ansprache von Zielgruppen im Discovery-Moment innewohnt - dem Moment, in dem sie besonders aufmerksam und empfänglich für relevante Inhalte sind.

Lösung

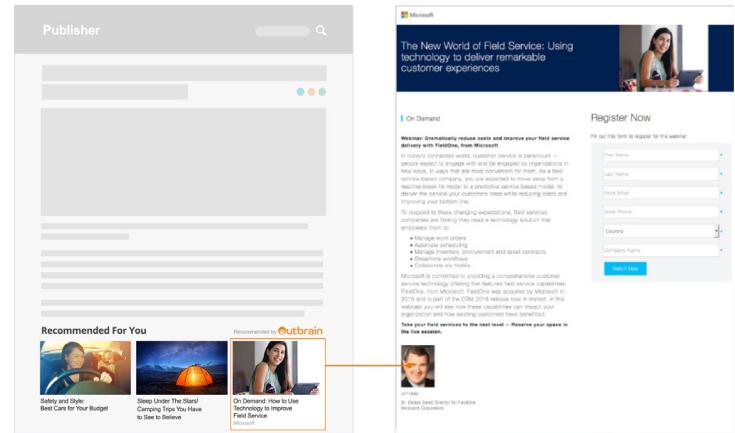
Das Primärziel der Microsoft Kampagne war die Lead-Generierung bei einer spezifischen Zielgruppe, die eine besonders hohe Wahrscheinlichkeit zur Konvertierung aufweist. Microsoft konnte diese Personen innerhalb des Premium-Publisher-Netzwerks von Outbrain identifizieren und Conversions durch folgende drei Features erzielen:

Outbrain-Kampagne mit Optimierung:

Microsoft promovierte seine FieldOne-Kampagne über das Outbrain-Netzwerk. Dank KPI-Optimierung wurden die Inhalte bei den relevantesten Top-Publishern platziert.

Story Sequencing: Hierbei waren Nutzer, die vorherige Kampagnen von Microsoft gesehen hatten, das Retargeting-Ziel. Microsoft sprach diese Zielgruppe, die wahrscheinlicher konvertiert als Nutzer ohne vorherigen Kontakt zu Microsoft, erneut an.

1st Party Audience (DMP) Targeting: Microsoft sprach im Outbrain-Netzwerk vorqualifizierte 1st-Party-Nutzersegmente über ihre DMP an.





“Native Inhalte sind ein integraler Bestandteil von Microsofts Storytelling-Strategie und besonders geeignet zur Generierung von Nachfrage. Mit Outbrain konnten wir unsere Inhalte über ein großes Spektrum hochwertiger Publisher skalierbar ausspielen und Targeting sowie Insights nutzen.”

- Yoli Chisholm, Marketing Director, USCMO Microsoft

Ergebnisse

Microsoft konnte mit Outbrain kosteneffiziente Conversions erzielen. Verglichen mit Kampagnen in sozialen Netzwerken, erreichte die Outbrain-Kampagne 180% mehr Leads bei einem 57% geringeren CPA. Außerdem führte das Retargeting zu einer 75% höheren Conversion Rate. Ebenso stieg die Conversion Rate beim DMP-Targeting um das Dreifache.

180%

Mehr Leads im Vergleich zu Social

57%

Senkung des CPA im Vergleich zu Social

75%

Steigerung der Conversion Rate durch Story Sequencing

3X

Höhere Conversion Rate durch 1st Party DMP-Retargeting