

Findus nutzt Story-Sequencing-Strategie zur Promotion ihrer Fischrezepte



Ziele

- Awareness
- Engagement
- Verweildauer
- Wiederkehrende Besucher

Produkte

- Outbrain Amplify
- Story Sequencing

Überblick

[Findus](#) ist seit über 60 Jahren die erste Wahl für Familien, die Wert auf gesunde und natürliche Tiefkühlkost legen. Das Unternehmen bietet eine Reihe von frischen und schnell zubereitbaren Produkten. Findus arbeitet mit Outbrain, der weltweit führenden Native-Discovery-Plattform, zusammen, und baute mit vielfältigen Rezepten eine Content-Strategie auf, die die Awareness für die Produktpalette von Findus erhöhen sollte. Mit Outbrain Amplify und einigen der fortschrittlichsten Targeting-Tools wie Story Sequencing konnte Findus eine neue Zielgruppe ansprechen, die sich durch großes Interesse und ein hohes Engagement mit den Rezepten auszeichnete.

Ergebnisse

Outbrain ermöglichte Findus, mit ihren Kochrezepten über **400.000 Nutzer** zu erreichen und somit auch auf die Vielseitigkeit der Produkte aufmerksam zu machen. Mit dem Retargeting Tool Story Sequencing konnte das Unternehmen kontinuierlich mit interessierten Usern interagieren. Webseite-Besuchern, die sich ein Rezept angesehen hatten, wurden weitere, neue Rezepte als Native-Empfehlung angeboten. Im Ergebnis stieg die **CTR bei der zweiten Inhaltssequenz um das 6-Fache**. Außerdem konnte Findus ein qualifiziertes Publikum erreichen, das enormes Engagement aufweist, wie die durchschnittliche Verweildauer von **53 Sekunden auf der Seite** belegt. Zusätzlich klickten 52% der User mehr als eine Seite auf der Website an.

400.000

Nutzer mit Rezepten erreicht/6 Monate

53 Sek.

Durchschnittliche Verweildauer auf der Webseite

6X

Höhere CTR beim Retargeting mit Story Sequencing

