



CASE STUDY

Vaillant erzielt mit ausgefeilter Targeting-Strategie neue Leads bei geringeren Kosten



I Ziele

- Traffic
- Leads
- Conversions (Beratungstermine)
- Senkung des CPA

I Produkte

- Outbrain Amplify
- Custom Audiences/ Retargeting
- Lookalike Audiences
- Device-Targeting

I Überblick

Die Vaillant Group ist ein weltweit führender Anbieter von hocheffizienter Heiz-, Lüftungs- und Klimatechnik. Kerngeschäft sind energiesparende und umweltschonende Produkte zur Wärmeerzeugung sowie begleitende Services. Über die Online-Vertriebsplattform HeizungOnline erhalten Interessierte, nach der Beantwortung kurzer Fragen zur aktuellen Wohnsituation und der Auswahl eines Fachpartners aus der Region, einen persönlichen Systemvorschlag inklusive Preisindikation für ein neues Heizsystem.

Um qualifizierte Nutzer anzusprechen, die konvertieren – das heißt einen Systemvorschlag anfordern – arbeitete Vaillant mit Outbrain, der führenden Native-Discovery-Plattform, zusammen. Damit die richtige Zielgruppe, die sich auch wirklich für neue Heiztechnik interessiert, erreicht werden konnte, nutzte Vaillant mehrere Targeting-Tools.

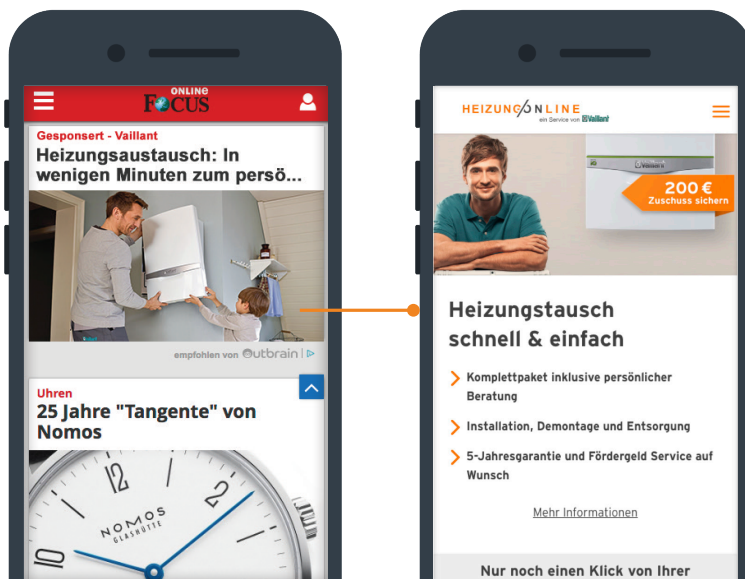
Zum einen wurde nach einem Test der Fokus der Kampagne über Device-Targeting auf Desktop-Geräte gesetzt, da die Nutzer dieser Geräte wahrscheinlicher konvertierten.

Zum anderen verwendete Vaillant auf Nutzerebene zwei wichtige Features: Mit Lookalikes Audiences wurden im Publisher-Netzwerk sogenannte statistische Zwillinge gezielt angesprochen, die Usern ähneln, die die Landing Page bereits besucht haben. Des Weiteren wurde Retargeting über Custom Audiences eingesetzt. Hierbei werden Besucher, die die HeizungOnline-Webseite besuchten, mit einem Pixel markiert. Verlassen sie die Seite vorzeitig ohne eine Conversion, werden sie anschließend im Outbrain Publisher-Netzwerk identifiziert und über passende Inhalte noch einmal auf HeizungOnline aufmerksam gemacht.



I Ergebnisse

Vaillant konnte die Kampagnen-Ziele mit den Tools von Outbrain deutlich übertreffen. Die digitale Vertriebsplattform HeizungOnline generierte innerhalb kurzer Zeit einen enormen Traffic für eine derart spitze Zielgruppe. Die Conversion Rate lag bei einem für die Branche hervorragenden Wert und spricht für die zielgenaue Ansprache von hochwertigen Leads. Bei Usern, die über Retargeting noch einmal auf die Seite gelangten, stieg die Conversion-Rate auf fast das 3-fache des ursprünglichen Wertes. Dank stetiger Kampagnen-Optimierung konnte der anvisierte branchenübliche CPA um 41 Prozent gesenkt werden. Mit Retargeting lag der CPA letztlich sogar um 75 Prozent unter dem Zielwert.



"In unserer Branche ist die zielgruppengenaue Ansprache essentiell für die Marketing-Strategie. Die unterschiedlichen Targeting-Tools von Outbrain haben uns die bestmögliche und hocheffiziente Verteilung unseres Budgets ermöglicht. Besonders beeindruckend ist, dass der CPA zum Teil um 75% unter dem Zielwert lag. Damit hat uns Native Discovery überzeugt: Innerhalb kurzer Zeit zeichnete sich ab, dass die Outbrain-Kampagnen überdurchschnittlich performen."

Anna Mendyuk,
Teamleiterin Performance und Lead Marketing
bei Vaillant

-41%

CPA-Reduzierung

-75%

CPA-Reduzierung
mit Retargeting

2,8X

Steigerung der Conversion-Rate
mit Retargeting