

Wie FIAT mit seiner Content-Strategie die Showroom-Erfahrung digital erlebbar macht



Ziele

- Traffic auf die Produktseite
- Kunden durch den Sales Funnel führen und auf Conversions optimieren

Überblick

FIAT weiß, dass die Recherche für jeden Kunden ein entscheidender Punkt im Kaufprozess eines neuen Autos ist. Das Unternehmen entwickelte daher eine Strategie, um sowohl informative als auch interaktive Inhalte zum neuen FIAT 500X anzubieten. Das Ziel? Potenzielle Käufer zu identifizieren, indem ihre Interessen angesprochen und sie mit hochwertigen Inhalten weiter durch den Sales Funnel geführt werden: Fahrzeugkonfigurator, Testfahrtbuchung, Prospekt-Download etc.

Dank der Reichweite und Targetingmöglichkeiten der Discovery-Plattform von Outbrain konnte FIAT eine qualifizierte Zielgruppe ansprechen und Conversions erzielen. Der Kanal erwies sich als äußerst effektiv und übertraf sämtliche Social- und Display-Kanäle.

Ergebnisse

#1

Outbrain ist die wichtigste Traffic-Quelle im Paid-Media-Vergleich

-50%

CPC & CPE (Cost per Engagement) im Paid-Media-Vergleich

80%

der Interaktionen mit dem Fahrzeugkonfigurator kamen von Outbrain - bei nur 50% des Media-Budgets

Meinung

„Da ständig neue Fahrzeuge auf den Markt gebracht werden, sucht FIAT ständig nach Möglichkeiten, im Wettbewerb hervorstechen. Daher setzen wir auf eine Pull-Marketing-Strategie, die einen Mehrwert für unsere Kunden bietet, ohne aufdringlich zu sein. Wir konzentrieren uns auf die Art der Interaktionen, die wir mit unseren Kunden haben, und stellen eine Verbindung her, mit der wir die Erfahrung des Autohaus-Showrooms digital erlebbar machen. **Outbrain Discovery hilft uns dabei, die Nutzer zu erreichen, die sich für unsere Modelle interessieren, noch bevor sie aktiv nach einem neuen Auto suchen.**“

JÉRÉMIE BALLOUARD

VERANTWORTLICH FÜR DIGITAL & CRM, FCA FRANCE

Wie FIAT mit seiner Content-Strategie die Showroom-Erfahrung digital erlebbar macht



Strategie

- Ausspielen der Inhalte von FIAT über das Outbrain Premium-Publisher-Netzwerk.
- Erstellung und Optimierung von Bildern und Überschriften, um die besten Ergebnisse zu erzielen.
- Outbrain spielt die Inhalte von FIAT zielgerichtet an interessierte Nutzer aus.
- Die Kampagne liefert erheblichen Traffic von Nutzern, die sich aktiv für FIAT-Inhalte entschieden haben.
- Die Kampagne wird anhand unterschiedlicher KPIs erfasst, zu denen Testfahrten, Prospekt-Downloads und Händlersuchen zählen. Outbrain optimiert die Performance der Kampagne durch das Testen unterschiedlicher Bild-/Überschrift-Kombinationen und dem Ausschluss von nicht-performanten Traffic-Quellen.

