

Pharmakonzern erreicht mit Ratgeber-Video herausragende Completion-Rate



ZIELE

75% Completion-Rate
Klickrate auf Call-to-Action Button

PRODUKTE

Outbrain Amplify
ZOOM

ÜBERBLICK & ERGEBNISSE

Taurus Pharma vertreibt hochwertige dermatologische Produkte. Insbesondere durch die Entwicklung einer patentierten Lacktechnologie ist Taurus Pharma heute als Spezialist für die Behandlung von Nagelerkrankungen anerkannt. Um Nutzer über Behandlungsmöglichkeiten von Nagelpilz mit dem medizinischen Nagellack Ciclopoli aufzuklären, kreierte das Unternehmen ein ca. 3-minütiges Ratgeber-Video.

Zur Distribution des Videos setzte Taurus Pharma auf Native Advertising mit Outbrain. Im Premium-Publisher-Netzwerk erhielten User beim Surfen auf ihren Lieblingspublishern das Ratgebervideo als native Empfehlung angezeigt. Outbrains neue Click-to-Watch-Lösung ZOOM erreicht Nutzer im Discovery Moment - sie sind offen für Neues und klicken das Video ganz bewusst an. Das sichert Taurus Pharma genau die Aufmerksamkeit, die längere Erklärvideos und medizinische Produkte benötigen. Zur Erfolgsmessung legte Taurus Pharma zwei Ziele fest: Primär sollten Nutzer 75% des Videos sehen, um sicherzugehen, dass die Botschaft ihr volles Potenzial entfaltet. Das gesteigerte Markeninteresse wurde im zweiten Schritt über die Klickrate auf einen integrierten Call-to-Action-Button gemessen. Nutzer gelangten dann auf eine Produktseite mit ausführlichen Informationen.

Die Video-Kampagne erfüllte die Ziele des Pharmaherstellers über alle Erwartungen hinaus. 54% der Nutzer, die das fast 3-minütige Ratgeber-Video anklickten, sahen es fast vollständig (Ziel 75% Completion Rate). Die durchschnittliche Betrachtungszeit lag bei 85 von 162 Sekunden (=52%). Das gesteigerte Interesse spiegelte sich anschließend in großem Engagement wider: 9% der Nutzer klickten auf den Call-to-Action, um zusätzliche Informationen zu erhalten.

54%

Completion-Rate
(75% des Videos)

52%

Durchschnittliche
Betrachtungszeit
(85 von 162 Sekunden)

9%

Klickrate auf Call-to-Action Button



ERFAHRUNG

“Für uns ist der Ansatz, dass User aktiv ein Video abspielen, genau richtig. Dadurch erreicht das Ratgeber-Video gezielt genau die Nutzer, die einen Bezug zum Thema haben und sich für Ciclopoli interessieren. Die besonders fokussierte Aufmerksamkeit, die wir mit ZOOM erzielen konnten, führte zu hervorragenden Engagement-Werten.”

Dr. Sebastian Vögler, Head of Digital Marketing DACH, Taurus Pharma

