

# Outbrain erzielt für TacoTax einen 44% geringeren CPL als andere Plattformen

## Branche

Finanzen/Consulting & Management

## Lösung

Lookalike Audiences  
Device & OS Targeting

## Ziel

Leadgenerierung

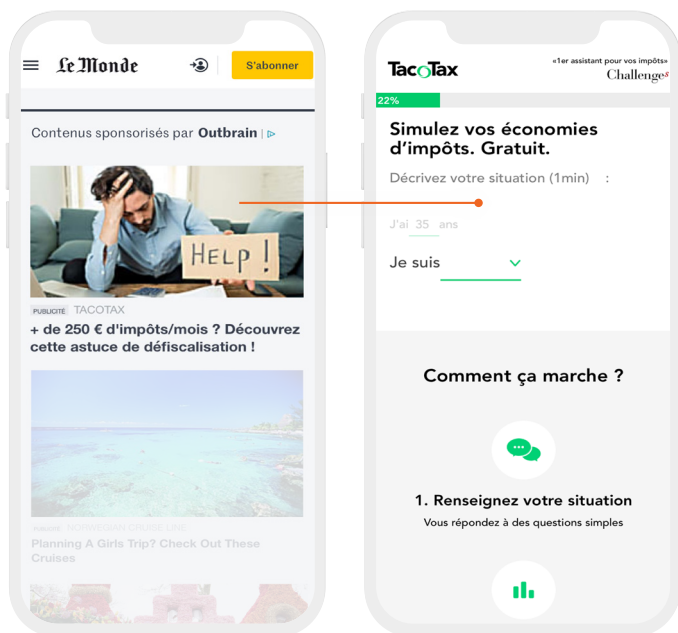
## Überblick

Nachdem TacoTax bei anderen Traffic-Quellen wie Search und Social auf dem Höhepunkt seines Wachstums angekommen war, suchte das Unternehmen einen neuen Partner, um eine größtmögliche Zahl neuer Leads zu generieren. Nach der Ankündigung der Übernahme von Ligatus und im Wissen um die Performance von Native Discovery wandte sich der Anbieter von Online-Consulting-Lösungen an Outbrain.

## Lösung

TacoTax legt großes Augenmerk auf die Erstellung seiner Kampagnen, weshalb Outbrain das Unternehmen bei einer klassischen Native-Discovery-Kampagne unterstützt. Zur Messung der Ergebnisse wird ein Tracking Pixel genutzt.

Um die besten Ergebnisse zu erzielen, optimieren Outbrain und TacoTax gemeinsam die Bild-Text-Kombinationen sowie die Traffic-Quellen und die Kampagnenqualität. Mit Lookalike Audiences von Outbrain kann TacoTax genau die Nutzer ansprechen, die im Nutzungsverhalten bestehenden Kunden ähneln und daher wahrscheinlicher konvertieren.



## Ergebnisse

Im Vergleich zu anderen von TacoTax genutzten Traffic-Quellen (Social und andere Native-Plattformen) **generiert Outbrain Leads bei geringeren Akquisitionskosten**: Der CPL liegt durchschnittlich 44% unter den Vergleichswerten.

**-44%** CPL vs. andere Kanäle (Social und andere native Plattformen)

Der Durchschnitt ergibt sich aus folgenden Einzelwerten:

**-42%** CPL vs. Social      **-46%** CPL vs. andere Native-Anbieter

„Das bei Search und Social voll ausgereizte Wachstumspotenzial konnte mit Outbrain erfolgreich erweitert werden. Die Plattform ist intuitiv und wir konnten nach kontinuierlicher Optimierung schnell die Performance sehen, die wir uns vorgestellt hatten. Das Ergebnis waren äußerst zufriedenstellende Akquisitionskosten.“

– Raphael Mouhica, Digital Director, TacoTax