

Outbrain generiert für Yello hochwertigen Traffic für Zukunftsthemen

Branche

Energie

Ziele

Brand Awareness, Neue Nutzer,
Klick auf Produktinformationen

Überblick & Herausforderung

Um dem über die Jahre stetig gewachsenen Produktangebot der Marke Yello Rechnung zu tragen, setzte das Energieunternehmen zusammen mit der Agentur pilot 2017 einen umfangreichen Marken-Relaunch um. Im Rahmen dieser neuen Positionierung erfüllt das Yello Magazin als Content-Hub eine essentielle Rolle, um den Marken-Claim „Mehr als du denkst“ aufzuladen und Yello in den Themenbereichen E-Mobility, Technik und Solar zu positionieren.

Yello und pilot definierten zwei Kernaufgaben für das Magazin und übersetzten sie in konkrete KPIs. Es sollten qualitativ hochwertige Sitzungen mit einem hohen Engagement, welches über die Verweildauer und Scrolltiefe gemessen wurde, generiert werden. Zudem sollten die integrierten Teaser im Magazin, die zu Produktinformationen führten, eine hohe Klickrate aufweisen. Eine Herausforderung bestand im hohen Content-Aufkommen für das Online-Magazin: Wöchentlich wurden drei hochwertige Artikel veröffentlicht.

Lösung

Yello und pilot setzten auf Native Discovery mit Outbrain, um diese Ziele zu erreichen. Ein wichtiger Grund für die Wahl von Outbrain sind die Leser von Premium-Publishern, die sich im Discovery-Modus befinden und bereit sind, neue, interessante und hochwertige Inhalte zu entdecken. Über den Outbrain Pixel konnte pilot die Ergebnisse tracken und gezielt auf die beiden Haupt-KPIs optimieren. Zudem entwickelte pilot einen Prozess, um alle Inhalte kontinuierlich gegeneinander zu testen und Optimierungspotenziale zu identifizieren. Die Ergebnisse waren sowohl für die Auswahl kommender Themen als auch für die Mediastrategie ausschlaggebend.

Ergebnisse

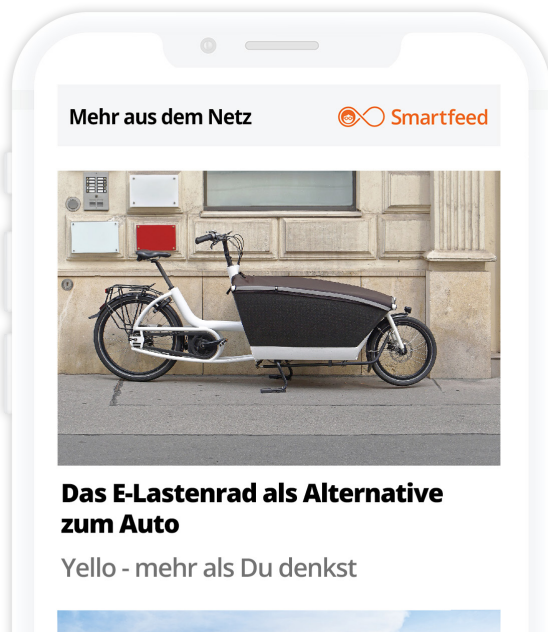
Yello und pilot steigerten durch die kontinuierlichen Optimierungen den Anteil der hochwertigen Leser im Vergleich zu Beginn der Kampagne Anfang 2018. Innerhalb von knapp zwei Jahren konnte der Wert um den Faktor 11 erhöht werden. Zudem konnten die über Outbrain erzielten Klicks auf Produktinformationen um den Faktor 14 gesteigert werden.

11x

mehr hochwertige Leser im Vergleich zu Kampagnenstart (Anteil an Gesamtzahl der Klicks)

14x

mehr Produktklicks im Vergleich zu Kampagnenstart (Anteil an Gesamtzahl der Klicks)



„Das Yello Magazin ist nicht nur ein sehr starkes Instrument, um die Brand Awareness zu steigern, sondern auch über die integrierten Produkt-Teaser ein Performance-Treiber. Outbrain ist aufgrund der hohen Qualität der Nutzer ein herausragender Kanal, um beide Ziele zu erreichen. Die enge Zusammenarbeit mit dem Account Management von Outbrain hat ebenfalls dazu beigetragen, die Ergebnisse weiter zu verbessern.“

– Luis Hofrichter, Gruppenleiter Digital, pilot

Kontaktieren Sie Ihren Outbrain-Ansprechpartner, um mehr zu erfahren