

# dentolo erzielt mit Conversion Bid Strategy von Outbrain besseren CPL als Social und Search

## Branche

Versicherung

## Ziel

Leadgenerierung

## Produkte

Conversion Bid Strategy  
OB Code

## Überblick

Das Berliner Startup dentolo bietet ein innovatives Zahnversicherungskonzept, mit dem Kunden Zugriff auf über 500 qualitätsgeprüften Partnerzahnärzte erhalten. Das Unternehmen arbeitet eng mit Zahnärzten, IT-Spezialisten und Experten aus der digitalen Welt und der Gesundheitsbranche zusammen, um Kunden vor überhöhten Kosten zu schützen.

dentolo verfolgt eine Performance-getriebene Marketingstrategie, die Neukundenabschlüsse zum Ziel hat. Um den Mediamix zu diversifizieren und die Abhängigkeit von einigen wenigen Anbietern zu reduzieren, arbeitete dentolo mit Outbrain zusammen und testete dabei unter anderem Conversion Bid Strategy.

## Lösung

dentolo arbeitet mit der Native-Advertising-Agentur Joinative zusammen, die unterschiedliche Kanäle in Echtzeit miteinander vergleicht und entsprechend optimiert. dentolo setzte bei der Durchführung der Kampagne auf unterschiedliche Performance Tools von Outbrain. Ein entscheidender Faktor für die Verbesserung der Performance war Fully Automatic Conversion Bid Strategy, das die Bids abhängig von den Performance-Zielen vollständig automatisiert anpasst und somit den CPL optimiert. Zudem nutzt dentolo für schnelle A/B-Tests OB Code, das die Erstellung von individuellen Regeln innerhalb der Outbrain-Plattform ermöglicht. So konnten schlecht performende Creatives automatisch ausgeschlossen und die effektivsten mit mehr Budget versehen werden.

Wir diversifizieren unseren Mediamix, um die Abhängigkeit von einigen wenigen Anbietern zu reduzieren. Die Zusammenarbeit mit Outbrain hat gezeigt, dass auch Native Advertising eine herausragende Lead-Quelle ist, wenn die Tools richtig eingesetzt werden und man dem Kanal die Zeit gibt, das volle Potenzial auszuschöpfen. Wir sind überaus zufrieden mit der Performance von Outbrain.

— Jonas Olausson, Gründer von Joinative



## Ergebnisse

Mit den unterschiedlichen Performance-Tools von Outbrain konnte dentolo den CPL im Vergleich zu den etablierten Plattformen deutlich reduzieren. Im Laufe eines halben Jahres war der CPL bei Outbrain 33% geringer als bei Social, in der Spitzzeit zudem 39% geringer als bei Paid Search. Die Lead-Anzahl von 4.000/Monat spricht zudem für die Skalierbarkeit mit Outbrain und Native Advertising im Open Web.

**-33%**

geringerer CPL  
vs. Social

**-39%**

geringerer CPL  
vs. Paid Search

**4K**

Leads/Monat