Outbrain CASE STUDY

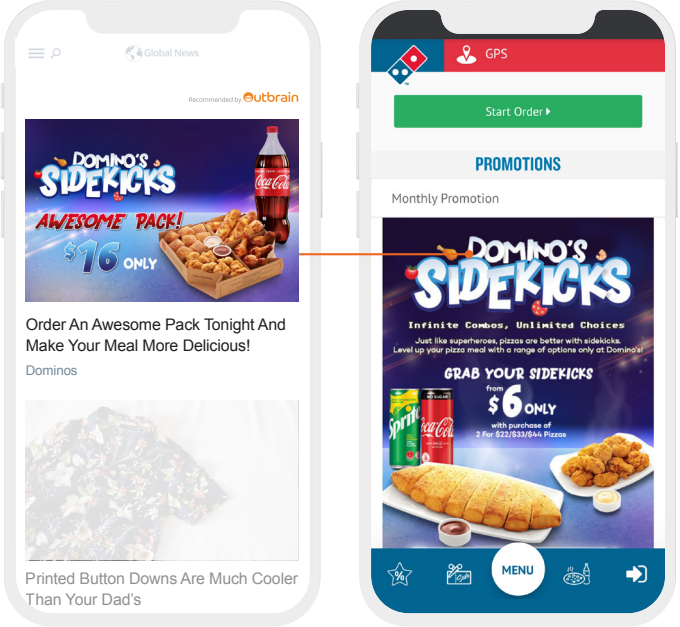
Domino's und Havas Media erzielen mit Outbrain 16% geringere Kosten für Online-Bestellungen

Branche
Gastronomie

Ziel
Online-Verkauf

Überblick

Um die Sidekicks Combo einem neuen und interessierten Publikum in Singapur vorzustellen, arbeitete Domino's mit Outbrain zusammen. Mit Native Advertising sollten vor allem Foodies im Discovery-Moment angesprochen werden. Über Outbrain spielte Domino's die Kampage auf Premium-Websites wie The Straits Times, ChannelNewsAsia, BBC und Bon Apetit aus. Die Kampagne basierte auf einer Cost-per-Click-Abrechnung und wurde auf Bestellungen optimiert - dies versetzte Domino's in die Lage, den Online-Umsatz effizient zu steigern.



Lösung

Domino's wählte folgendes Kampagnensetup:

1. Nutzung des proprietären interessenbasierten Predictive Targetings von Outbrain
2. Einsatz des Fully-Automatic Conversion Bid Strategy Tools
3. A/B-Tests der Bilder und Überschriften
4. Optimierungen basierend auf den am besten performenden Geräten

Ergebnisse

Durch die Kombination der fortschrittlichen Targeting-Funktionen von Outbrain mit den attraktiven Botschaften konnte Domino's während des Aktionszeitraums die Vorteile von Discovery im Vergleich zu Social Advertising für sich nutzen.

16%
Reduzierung des CPAs vs. Kampagnenziel

17%
inkrementeller Anstieg der Online-Bestellungen im Angebotszeitraum

347%
effizienterer CPC vs. Social

> Online-Experimente sind für uns entscheidend, um neue Wege für zusätzliches Umsatzwachstum zu finden. Mit Outbrain haben wir einen Partner gefunden, der uns hochwertige und effektive Medienplatzierungen bietet. Es ist wichtig, dass wir in dieser wettbewerbsintensiven Landschaft schnell und mit geringem Aufwand die richtige Zielgruppe erreichen können. Wir sind mit dem CPA, den Outbrain für Domino's erzielt hat, sehr zufrieden, und freuen uns darauf, noch größere Erfolge zu erzielen.
>
> *- Adam Yeoh, Domino's Senior Digital Marketing Manager*

© 2021 Outbrain Inc. Outbrain is a registered trademark of Outbrain Inc.