

**SMARTCOVER® VICEROY**

# SmartCover erzielt mit Outbrain 3 Mio. US-Dollar Umsatz in einem Monat

**Branche**  
E-Commerce

**Ziel**  
Sales

**Produkte**  
Standard Smartad,  
Conversion Bid Strategy

## Überblick

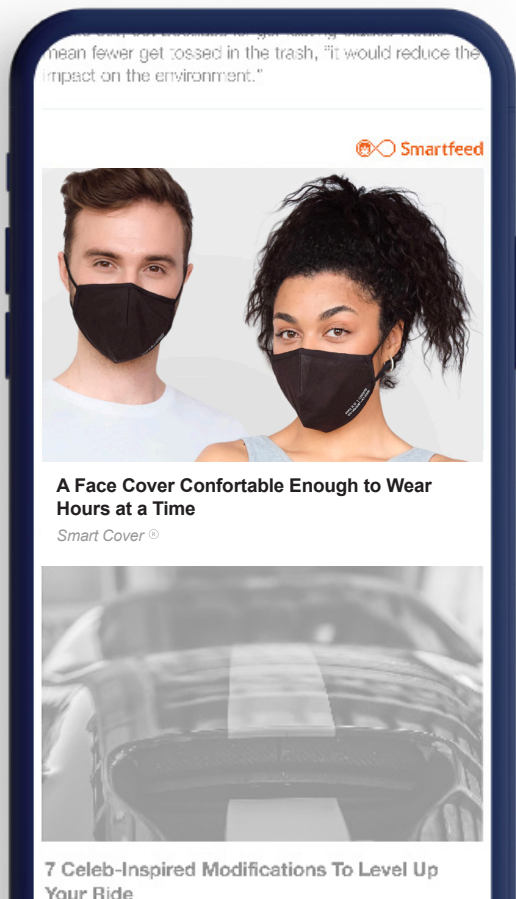
SmartCover, eine Tochtergesellschaft der Viceroy Group, ist Europas meistverkaufter wiederverwendbarer Mund-Nasenschutz und ein führender Anbieter von Gesichtsmasken. Die D2C-Marke wurde durch eine der ersten Gesichtsmasken mit verstellbaren Bändern und dreilagigem Stoff auf den Markt bekannt. Ihre Masken gewährleisten Komfort und Sicherheit und sind zudem stylish.

Um den Online-Vertrieb zu vergrößern, wandte sich SmartCover an Outbrain. Native Advertising sollte abseits von Search und Social im Medienmix genutzt werden.

## Lösung

Die Kampagne startete in Deutschland und Großbritannien mit Outbrains Standard Smartad – ein klassisches natives Anzeigenformat, das mit leistungsfähigen Targeting-Lösungen wie Outbrains Lookalike Audiences und Interest Targeting, qualifizierten Traffic skalierbar generiert. SmartCover erreichte auf diese Weise interessierte User.

Zur weiteren Optimierung nutzte SmartCover mit den Target CPA-Modus von Outbrains Conversion Bid Strategy. Das vollautomatische Tool sorgte für eine möglichst profitable Kampagne, indem das Conversion-Volumen zu dem von SmartCover festgelegten Ziel-CPA maximiert wurde.



## Ergebnis

Nach dem Erfolg in Großbritannien und Deutschland weitete SmartCover ihre Kampagnen innerhalb eines Monat von zwei auf fünfzehn Märkte aus. In dieser Zeit generierte die Marke mit Outbrain einen Umsatz von 3 Millionen US-Dollar, was 20 % mehr als bei anderen nativen Plattformen und dem 4,7-fachen des ausgegebenen Budgets entspricht.

**3 Mio. \$**

Sales in einem Monat

**4,7x**

ROAS

**-25%**

CPA vs. Ziel

„Outbrain ist ein wertvoller Partner, der uns bei der Skalierung unserer Marke unterstützt. Das Team arbeitet eng mit uns zusammen und macht es uns leicht, neue Strategien für unser Wachstum zu verfolgen. Native Advertising ist eine wichtige Ergänzung in unserem Medienmix und wir sind gespannt auf die weiteren Entwicklungen unserer Kampagnen mit Outbrain.“

– Mohamad Houry, Head of Growth at Viceroy Group