

SWISS SENSE®

Swiss Sense steigert mit "Always-On"-Kampagne auf Outbrain Visits um 300%

Branche
E-Commerce

Ziel
Qualifizierter Traffic

Produkte
Standard Smartad,
Conversion Bid Strategy

Überblick

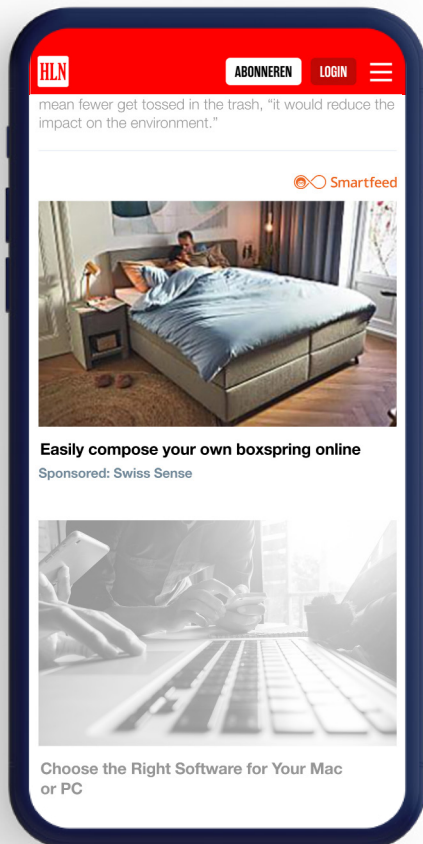
Swiss Sense ist ein führender Anbieter für Betten und Schlafzimmerprodukte in Europa. Das Unternehmen hat über 128 Geschäfte sowie einen Webshop in Belgien, den Niederlanden, Deutschland, Österreich und Dänemark. Aufgrund der veränderten Verbrauchergewohnheiten durch die weltweite Pandemie wurde es für das Unternehmen noch wichtiger, die digitale Strategie auszubauen, um die Qualität des Website-Traffics zu steigern.

Auf der Suche nach Skalierbarkeit und Performance außerhalb der Walled Gardens wandte sich Swiss Sense zusammen mit der Agentur Greenhouse an Outbrain. Ziel der Kampagne war es, qualifizierte Nutzer zu einem günstigen CPA auf die Bettenkonfigurator-Seite der Marke zu leiten.

Lösung

Um ihre Ziele zu erreichen, nutzte Swiss Sense die Standard-Smartad von Outbrain – ein klassisches natives Werbeformat, das auf klare und effektive Art und Weise die Botschaft einer Marke präsentiert. Dazu setzte Swiss Sense ansprechende Creatives ein, die die Nutzer dazu animierten, ihr eigenes Boxspringbett online zu entwerfen.

Mit dem Conversion Bid Strategy Tool von Outbrain wurde hochwertiger Traffic belgischer Premium-Publisher wie HLN und Voetbalnieuws auf die Konfigurator-Seite von Swiss Sense gelenkt. Nachdem die ersten Ergebnisse zeigten, dass Native Advertising ein sehr erfolgreicher Kanal für Swiss Sense ist, wechselte das Unternehmen die Strategie von einmaligen Kampagnen hin zu einem "Always-on"-Ansatz.



Ergebnisse

Dank Outbrain übertraf Swiss Sense die Ziele in Belgien. Neben diesen großartigen Ergebnissen schnitt Swiss Sense auch in Deutschland und den Niederlanden gut ab, was das Unternehmen dazu veranlasste, die Aktivitäten auf alle Märkte auszuweiten.

+76%

Qualifizierte Nutzer

+300%

Bettenkonfigurator
Website-Besuche

-75%

CPA des Betten-
konfigurators

„Das Outbrain Benelux-Team hatte die volle Verantwortung für unsere Kampagnen und nahm sich die Zeit, uns die potenziellen Vorteile eines Always-on-Kampagnen-Setups zu erklären. Diese Umstellung ermöglichte es Swiss Sense, viel mehr Bettenkonfigurationen zu viel niedrigeren Kosten zu erreichen als frühere Kampagnen, die sich auf Rabatte und Verkäufe konzentrierten.“

– Maurice Boller, Display Specialist Greenhouse

„Wir sind sehr zufrieden mit den Ergebnissen unserer Always-on-Kampagne mit Outbrain. Der signifikante Anstieg der Bettenkonfigurationen bei einem viel niedrigeren CPA ist genau das, was wir uns erhofft haben.“

– Tom Bosmans, Online Advertising Specialist Swiss Sense