

Bosch und segmenta senken mit Outbrain den CPC für die Cookit #LikeABosch Kampagne um 80%

Branche

Haushaltsgeräte

Ziele

Awareness
Engagement

Produkte

Standard Smartad
Native Video (Native Awareness+)
Click-to-Watch

Überblick

Die Bosch Hausgeräte GmbH ist eine der führenden Hausgerätehersteller der Welt. Bosch Hausgeräte steht für modernste Haushaltsgeräte, die den Anforderungen und wandelnden Bedürfnissen ihrer Konsumenten angepasst sind. Unter dem Claim #LikeABosch präsentiert das Unternehmen innovative Lösungen für ein gesundes und nachhaltiges Leben.

2020 trat die Bosch Hausgeräte GmbH mit dem Neuprodukt Cookit in den Markt der Küchenmaschinen mit Kochfunktion ein. Dieser wurde als erstes Produkt der Bosch Hausgeräte GmbH exklusiv über den eigenen Webshop vertrieben.

2021 wurde die Kampagne aktualisiert und in die #LikeABosch-Kampagne eingebunden. Im Kampagnenzentrum stand dabei ein starker TV-Spot. Darauf basierend entwickelte segmenta communications als verantwortliche Leadagentur eine Full-Funnel-Kampagne, welche den Spot und die Welt von #LikeABosch auf andere Media-Plattformen verlängerte und die Zielgruppe über diverse Touchpoints letztlich zum Kauf führte. In der Zusammenarbeit mit Outbrain wurden dabei konkret die Videoformate Click-to-Watch und Native Awareness+ eingesetzt, um die Aufmerksamkeit zu steigern. Für die Erreichung von Lower-Funnel-Zielen wurden zudem Stills der Videos verwendet und über effektive Standard-Bild-Text-Anzeigen im Outbrain-Netzwerk ausgespielt.

Lösung

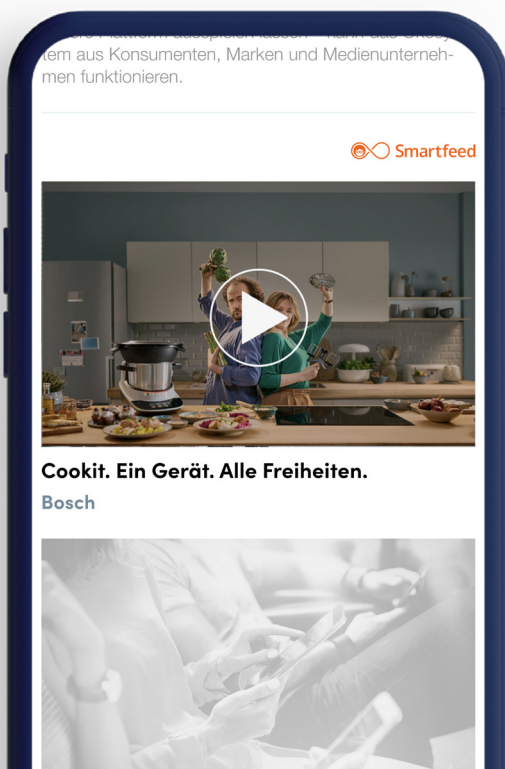
Segmenta legte mit der Cookit #LikeABosch Kampagne einen starken Fokus darauf, die Awareness zu maximieren, das Brand Image zu verbessern und hochwertigen Website-Traffic zu generieren. Dazu wurden für die einzelnen Funnel-Phasen unterschiedliche Werbemittel und Formate genutzt, um die maximale Aufmerksamkeit und ein hohes Engagement zu erzielen.

Die schnellen, aufmerksamkeitsstarken Videos rund um den Bosch Cookit heben die USPs des Geräts hervor und machen neugierig. In der Mediaplanung wurde ein starker Fokus auf qualitativ-hochwertige und gleichzeitig einprägsame Platzierungen gelegt. Es wurde ein optimaler Mix aus Formaten geschaffen, in dem die Videos als Awareness-stärkstes Material, effektiv genutzt werden.

Outbrains Native Awareness+ verbindet die Vorteile aus Display, Social und Native Advertising und bietet damit eine Lösung, die es ermöglicht, Brand Awareness zu generieren, ohne Verbraucher mit invasiven Formaten zu stören. Für Bosch und segmenta communications bedeutet das Brand Safety, hohe Sichtbarkeit und mehr Engagement.

Das Click-to-Watch Format von Outbrain startet erst nach der bewussten Entscheidung der Verbraucher für den Spot, wodurch die Videos zum Cookit die volle Aufmerksamkeit ihrer Zielgruppe erhielten. Nach dem Klick auf den integrierten CTA-Button im Branded Player wurden die Verbraucher direkt auf die Zielseite weitergeleitet.

Durch die Vorqualifizierung der Zielgruppe über den Klick konnte auch die Traffic-Qualität deutlich verbessert werden. Zum einen klickten die Viewer häufiger auf den CTA als bei anderen Videokampagnen auf anderen Plattformen und zusätzlich war die Verweildauer auf der Landingpage ebenfalls deutlich höher.





Bosch und segmenta senken mit Outbrain den CPC für die Cookit #LikeABosch Kampagne um 80%

Ergebnisse

Bosch und segmenta konnten dank Native Awareness+ und Click-to-Watch ein hervorragendes Engagement erzielen und ihre Zielgruppe zum Kaufabschluss führen.

42%

der User, die das Click-to-Watch Video zu 90% gesehen haben, klickten auch auf den CTA

68%

Video Completion Rate mit Native Awareness+

25%

höhere Verweildauer durch Click-to-Watch Format

80%

niedrigerer CPC vs. andere Kanäle

„Wir sind sehr zufrieden mit den Ergebnissen, die wir mit Outbrain erzielen konnten. Uns war es wichtig, die Message von #LikeABosch auch über TV hinausgehend an die Konsumenten zu bringen und sie so vom Cookit zu überzeugen. Outbrains aufmerksamkeitsstarke Formate und exklusive Beziehungen zu Premium-Publishern ermöglichten es uns, in einem hochwertigen Umfeld zu erscheinen und unser Produkt erfolgreich zu präsentieren.“

–Jehane el Hachimi el Idrissi, Digital Marketing Specialist, Bosch Kleingeräte

„In der #LikeaBosch-Kampagne haben wir einen Full-Funnel-Ansatz verfolgt, in welchem die Integration der Werbelösungen von Outbrain ein wichtiger Bestandteil war. Outbrain bietet uns optimale Möglichkeiten und hervorragenden Support, um unsere Kampagnen im Open Web zu skalieren und erheblich zum Erfolg unserer Kunden beizutragen. Die Kombination unterschiedlicher Formate für maximale Effektivität hat sich als effiziente Maßnahme bewährt.“

–Irina Schmitz, Cookit Product Lead, segmenta communications