

Kenshoo steigert Kapitalertrag um 71%

iProspect erzielt mit Kenshoo mehr als eine halbe Milliarde stark zielgerichteter Aufrufe sowie eine beispiellose Markenbindung



HINTERGRUND

iProspect, eine führende internationale Agentur für Performance-Marketing, hatte eine langjährige Geschäftsbeziehung zu einem BekleidungsHersteller, der starkes Interesse an der Werbung im Bereich Social Media hatte. Die Agentur und der Kunde arbeiteten gemeinsam an der Entwicklung einer Social-Marketingkampagne, in deren Mittelpunkt Facebook stand.

HERAUSFORDERUNG

iProspect nutzte die sozialen Netzwerke, um einen der Kernmärkte des BekleidungsHerstellers – die Studenten – zu erreichen. Um die aggressiven Ziele der Kampagne in Bezug auf Markenbewusstsein und Konversion zu erreichen, musste das Team eine äußerst relevante Kampagne mit starkem Bindungspotential entwickeln.

Die Zielgruppen der Kampagne, die Werbemittel und die Attraktivität der Landing-Page mussten abgestimmt werden, um sicherzustellen, dass Studenten sich von Anzeigen angesprochen fühlten, die die Wappenfarben ihrer Universität zeigten, und auf eine Landing-Page geführt wurden, die speziell auf ihre Universität zugeschnitten war. Die Kampagne erforderte zudem komplexes Tracking, um die Transparenz und Optimierung der Leistung zu ermöglichen.

LÖSUNG

iProspect startete die Kampagne unter Verwendung der hochentwickelten Funktionen von Kenshoo. Kenshoo, das speziell für Facebook-Kampagnen entwickelt wurde, ermöglichte es der Agentur, eine Reihe von Kampagnen und Anzeigen zu erstellen, die mit stark relevanten Werbemitteln speziell auf jede einzelne Zielgruppe abzielte.

Dank der einzigartigen Anzeigengruppenstruktur von Kenshoo konnte iProspect Anzeigen erstellen, die auf unterschiedliche Demographien abzielten und diese anschließend nach Stil und Farbe passend zu den Wappenfarben einer bestimmten Universität einteilen.

ERGEBNISSE

Die Kampagnen, die durch Kenshoo geschaltet wurden, erzielten eine beeindruckende Steigerung des Kapitalertrags von 71 % im Vergleich zu früheren Kampagnen. Die Entwicklung von Zielgruppen und stark relevanter Anzeigen nach Maß durch Kenshoo machte sich bezahlt, da die Kampagne mehr als eine halbe Milliarde Aufrufe erzielte. Die Kampagne erreichte somit fünfmal mehr Menschen als der Super Bowl Zuschauer hat, mit dem Vorteil eines hocheffizienten Modells, das mehr Transparenz hinsichtlich der Besucherreaktion bietet.

