

Brasilianischer Onlinehändler Bebê Store übertrifft mit 55social und Kenshoo sein ROI-Ziel für Facebook um 47,5 %

HINTERGRUND



Die Anzahl der Facebook-Nutzer in Brasilien ist geradezu explodiert: Schätzungen von eMarketer zufolge werden es bis 2017 103 Millionen Nutzer sein. Im September 2013 berichtete Leonardo Tristão, Chef von Facebook Brasilien, dass im Land mehr als 76 Millionen Nutzer bei dem sozialen Netzwerk registriert sind. Weiterhin fand comScore heraus, dass die brasilianischen Verbraucher die meiste Zeit, die sie online sind, auf Social Media-Websites verbringen, 93 % davon auf Facebook. Vor dem Hintergrund dieses Wachstums hat die Facebook-Werbung in dieser Region rasant an Fahrt gewonnen.

55social ist eine führende Social Media Marketing-Plattform in Brasilien, die seit Ende 2012 Kenshoo einsetzt, um die Maßnahmen ihrer Kunden für bezahlte Werbung im Bereich Social Media Advertising zu unterstützen. 55social arbeitet in mehreren wichtigen Branchen mit Werbetreibenden zusammen, unter anderem im Einzelhandel. Einer ihrer bedeutendsten Kunden ist Bebê Store, eine brasilianische eCommerce-Site, die sich auf Artikel für Babys und Kleinkinder spezialisiert hat.



HERAUSFORDERUNG

Vor der Nutzung von 55social für das Management von Facebook-Anzeigen verwaltete Bebê Store seine Social Media-Kampagnen für bezahlte Anzeigen mithilfe der Facebook-eigenen Werbepattform selbst. Das bei Bebê Store für Social Media Marketing zuständige Team empfand die manuelle Erstellung und Verwaltung von so vielen Facebook-Werbekampagnen allerdings als extrem zeitaufwendig. Die meiste Zeit brachte es damit zu, verschiedenste Kombinationen aus Anzeigentexten, Werbemitteln und Zielgruppen zu testen und zu analysieren. Nach einer gewissen Zeit hatte das Team die mögliche Zielgruppe komplett ausgeschöpft und die Performance begann zu stagnieren.

Hauptsorge des Unternehmens waren seine Kosten pro Like (Cost per Like, CPL), die mit dem Wachstum und der zunehmenden Popularität seiner Facebook-Seite immer weiter anstiegen. Eine weitere Herausforderung war, über die Facebook-Werbekampagnen einen guten Investitionsertrag zu erzielen. Bebê Store war sich bewusst, dass Facebook eine immense, bislang ungenutzte Möglichkeit bot, beträchtlichen Umsatz zu generieren. Also suchte sich das Team Unterstützung, um seine Direct-Response-Ziele mit einer gewissen Nachhaltigkeit zu erreichen.

Bebê Store wandte sich an das im Management von Facebook-Kampagnen erfahrene Unternehmen 55social, um folgende Ziele zu erreichen:

- Senkung der Cost per Like
- Erzielung eines ROI von mindestens 400 %



LÖSUNG

55social wusste, dass Bebê Store zum Erreichen seiner Ziele eine leistungsfähigere Technologieplattform benötigen würde, um seine Fangemeinde zu geringeren Kosten nachhaltig auszubauen und zugleich die Direct-Response-Ergebnisse auf Facebook in effektive Bahnen zu lenken. Zügig integrierte das Team von 55social die Kampagnen von Bebê Store in Kenshoo, um das Social Media-Programm des Onlinehändlers besser zu automatisieren, zu skalieren und raffinierter zu gestalten.

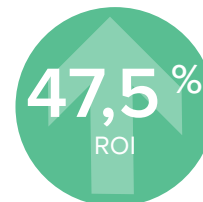
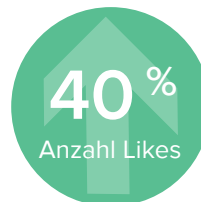
Nach dem Umstieg auf die Kenshoo war die erste spürbare Verbesserung die, dass große Mengen an Kombinationsmöglichkeiten von Anzeigen und Targeting-Segmenten schnell und einfach erstellt werden konnten, um A/B-Tests zu erleichtern. Das Team war nun in der Lage, die Anzahl der A/B-Tests deutlich zu erhöhen, und konnte so die Variationen von Anzeigentexten und Werbemitteln, auf die die Zielgruppensegmente ansprachen, viel leichter bestimmen. Dank der flexiblen Berichterstellung von Kenshoo konnte 55social Empfehlungen dazu abgeben, welche Anzeigentypen, Werbemittel und Zielgruppen die beste Performance zeigten. Dadurch konnte das Programm auf diese High Performer hin optimiert werden.

Bebê Store erarbeitete gemeinsam mit 55social und Kenshoo eine Direct-Response-Strategie für Facebook, die das Unternehmen auch umsetzte. Nach dem Prinzip „Testen und Lernen“ gelang es Bebê Store herauszufinden, welche Anzeigen bedeutenden Umsatz und ROI erwirtschafteten.

Dank der maßgeschneiderten Algorithmen von Kenshoo ließ sich das Programm noch weiter optimieren, und die gesetzten Ziele konnten erreicht werden.



ERGEBNISSE



Während eines Zeitraums von fünf Monaten stieg die Anzahl der Likes von Bebê Store um 40 %; insgesamt konnten 600.000 neue Likes erzielt werden. Seit der Einführung von Kenshoo konnten die CPL um fast ein Drittel der ursprünglichen Kosten in einem vergleichbaren Zeitraum verringert werden.

Neben dem Wachstum der Seite wollte Bebê Store auch bestimmte Ziele für den Direct-Response auf Facebook erreichen. Auf dem Höhepunkt des Wachstums der Seite konnte das Team einen durchschnittlichen **ROI von 590 %** feststellen, was die Mindestvorgabe für den Investitionsertrag sogar um 47,5 % übertraf. So bewies das Team, dass sich durch Facebook sowohl neue Likes als auch neuer Umsatz erwirtschaften ließen.

„Das Know-how von 55social, welche Facebook-Strategie auf dem brasilianischen Markt funktioniert, sowie die Leistungsmerkmale und die Automatisierungsfunktionen der Kenshoo ergaben für uns eine wirklich überzeugende Kombination.“

– Leonardo Simão, CEO bei Bebê Store

Der Erfolg dieses Programms wurde noch dadurch gekrönt, dass Bebê Store von Proxíma, einer führenden brasilianischen Nachrichtenplattform für digitales Marketing, als eine der am schnellsten wachsenden Marken bei Facebook in Brasilien gekürt wurde.



Die Möglichkeit, Werbung auf Facebook zu betreiben, nimmt in Brasilien rasant an Beliebtheit zu. Kenshoo ist hier am Puls des Marktes und entwickelt die beste Technologie, mit der unsere Kunden bei Social Media die Nase vorn behalten.

Zusammen mit der Plattform von 55social zur Content-Optimierung wirkt es Wunder“, so Emilio Maciel, CEO von 55social. „Bebê Store ist ein großartiger Beweis dafür, wie Marken ihre Direct-Response-Ziele auf Facebook erreichen können: mit der richtigen Strategie und den richtigen Plattformen.“