

Velocitys (SaaS)-Plattform und Kenshoo senken gemischte CPL durch kanalübergreifendes Attributionsmodell



HINTERGRUND

SONUS

Sonus Hearing Care Professionals gehört zum größten Dienstleister für Hörgeräteakustik Nordamerikas. Seit 2002 ist Sonus Mitglied der Amplifon Group, dem Weltmarktführer der Hörgeräteakustiker mit Hauptsitz in Mailand, Italien. Im Juni 2012 beauftragte Sonus mit SIM Partners einen Anbieter von Lösungen zur Marketing-Automatisierung in Chicago, USA. Mit der Technologie von SIM Partners (bekannt unter dem Namen Velocity™) können nationale Marken die Vorteile sozialer Medien, lokaler Suchanfragen und mobiler Lösungen auf Standortebene maximieren. Das Programm umfasst zahlreiche lokale Marketingstrategien, z. B. nationale und franchisebasierte Suchmaschinenwerbung mithilfe der Plattform Kenshoo.

HERAUSFORDERUNG

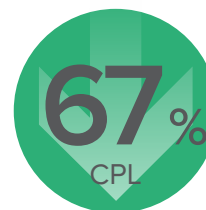
Sonus Hearing Care mangelte es an einer Marketinglösung, die Leads auf Standortebene für all seine Franchisenehmer generieren könnte. Ziel war nicht nur, den Traffic hochwertiger Leads anzukurbeln, sondern es bedurfte auch einer skalierbaren, automatisierten, anpassbaren und konformen Lösung, die vor allem einen attraktiven Return on Investment bieten könnte. Zunächst galt es zu verstehen, dass die wichtigste Zielgruppe von Sonus eine spezifische demografische Gruppe mit ganz eigenen Anforderungen ist. Außerdem musste das Business Services and Support Center (BSSC) des Unternehmens in die Lage versetzt werden, seine Standorte mit branchenkompatiblen Marketinginhalten zu versorgen, um ihre lokalen Konversionsraten zu steigern.

LÖSUNG

Velocity™ von SIM Partners in Kombination mit Kenshoo bietet Sonus-Standorten die Möglichkeit, ihre wichtigsten Kunden mithilfe folgender Elemente anzusprechen: hyperlokale Inhalte, kundenspezifische Landing Pages, mobile Seiten, bezahlte Anzeigen, Datenfeedverteilung, Suchmaschinenoptimierung, lokale Optimierung usw. Nun können Franchisenehmer sicher sein, dass ihre Kunden Sonus über mehrere Onlinekanäle finden. Außerdem werden alle Anrufe und Leads, die über diese Kanäle eingehen, verfolgt und an Sonus zurückgemeldet, damit das Unternehmen die Leistung effektiv überwachen kann.

ERGEBNISSE

Der Startschuss für Velocity und Kenshoo bei Sonus fiel im Herbst 2012. Seit der Einführung konnte die gemeinsame Leistung zweier hyperlokaler Plattformen die gemischten CPL der Sonus-Standorte um bislang insgesamt 67 % senken. Das Programm generierte über dreimal so viele qualifizierte Leads wie erwartet und übertrifft sogar die CPL-Ziele. Das Velocity-Programm von SIM Partners in Kombination mit der Plattform Kenshoo ermöglicht Sonus derzeit einen Return On Investment von 2,5.



Velocitys (SaaS)-Plattform und Kenshoo senken gemischte CPL durch kanalübergreifendes Attributionsmodell

” SIM Partners übertrafen sämtliche Erwartungen. Sie können schneller denken, Fehler beheben, Anpassungen vornehmen und mehr leisten, als ich es jemals mit einem internen Team geschafft hätte. Was aber das Beste ist: Sie sind wirkliche Geschäftspartner – unsere Beziehung ist weitaus mehr als die zwischen Lieferant und Kunde. Bei jedem Projekt zeigt das Unternehmen überdurchschnittlichen Einsatz und kann Probleme auf unglaublich kreative Weise lösen. Von Beginn an war unser ROI sehr hoch und er verbessert sich kontinuierlich weiter. Zweifellos: Dies war die beste Partnerschaftswahl, die Sonus für seine unternehmensweite und standortbasierte Onlinestrategie treffen konnte.“

Elizabeth Rossini
Marketingleiterin bei Sonus

