

CASE STUDY



Thomas Cook steigert seine Umsätze in Central Europe um 93% mit Kenshoo Search

HINTERGRUND

Thomas Cook GmbH ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Thomas Cook Group plc, die unter anderem in Central Europe (Deutschland, Österreich und der Schweiz) aktiv ist.

Im direkten Wettbewerb konnte sich Kenshoo 2014 dank seiner hervorragenden Performance, seiner Zukunftsvision und seines hervorragenden Supports während der Testphase gegen seine Konkurrenten durchsetzen. Sie wurden daraufhin von Thomas Cook ausgewählt, dabei zu helfen, Teile ihrer Suchmaschinenwerbung in Mitteleuropa von einer Agentur zum hausinternen Team umzuziehen und gleichzeitig die Leistung ihres Channels zu optimieren.

HERAUSFORDERUNG

In einer Region, wo Offline-Konversionen weiterhin dominieren, wird das Thomas Cook Team (bestehend aus 2 Vollzeitbeschäftigten bei über 92 Millionen Anzeigenimpressionen pro Monat) vor allem an der Umsatzgenerierung von Paid-Search-Aktivitäten gemessen.

Was das Team brauchte, war ein Tool, das Kampagnen effektiver und effizienter optimieren würde, so dass es sich verstärkt auf strategische Initiativen konzentrieren konnte.

Die spezifischen Kampagnenziele waren:

- Den Traffic zu steigern - bei fixem Budget.
- ROI zu erhöhen und gleichzeitig CPA zu verringern, um Rentabilität zu gewährleisten.

DIE LÖSUNG

Mit dem **Kenshoo Portfolio Optimiser (KPO)** - einer proprietären Lösung für Portfolio-Bid-Optimierung - konnte das Team Bid-Management automatisieren bei gleichzeitiger Optimierung des ROI.

Das Team benutzte ebenfalls **Kenshoo Halogen**, ein Tool, das für die Nutzung mit KPO entwickelt wurde und frühere Performance und eine Fülle an Marktdaten verarbeitet, um Prognosen und Szenarienpläne zu erstellen, die dann automatisch auf Kampagnen angewandt werden können. Thomas Cook konnte so ermitteln, wieviel Rendite mit zusätzlichem Budget zu erzielen sein würde und wie viel Potential in bestimmten Portfolios oder Kampagnen steckte. Dies half dem Team bei der Vorausplanung und der Renditeprognose.

Zusätzlich zu der Optimierung und Skalierung der Aktivitäten auf Google AdWords erkannte das Kenshoo Team schnell, dass Bing mit 21 Millionen aktiven Usern und 504 Millionen Suchanfragen pro Monat in der Region ebenfalls eine große Chance für Thomas Cook bot, bedeutend mehr Umsatz zu erzielen. Anhand der **Campaign-Mirroring**-Funktion konnten die gesamten Google-AdWords-Kampagnen schnell und einfach auf Bing Ads kopiert werden, um so das erhebliche Potential von Bing ohne zusätzlichen Aufwand auszunutzen.

RESULTAT

Das Resultat war beeindruckend. Innerhalb eines Jahres erreichte das Team:

 **106%** 106% Steigerung der Conversions

 **19%** Eine Verringerung der Kosten pro Conversions

 **14%** Eine Erhöhung des ROI

 **93%** Eine Umsatzsteigerung von



“ Durch Kenshoo konnten wir sehr schnell und einfach unser Kampagnenset erweitern, und mithilfe von Machine Learning auf ein Gesamtziel optimieren lassen, mit hoch effizienten Ergebnissen. Wir konnten nicht nur unseren Gesamtprofit verdoppeln und CPA verringern, sondern auch ein Vielfaches an Zeit einsparen, die wir nun für andere Projekte aufwenden können, wie zum Beispiel in die Expansion in andere Netzwerke durch Campaign Mirroring. ”

Wolf Albrecht, SEA Manager - Thomas Cook GmbH