

Case Study

schneider

Home



ConversionBuddy

IST FÜR UNS EIN EINMALIGES, EFFEKTIVES INSTRUMENT ZUR UMSATZSTEIGERUNG. "

-VERA A., SCHNEIDER.DE

ZUSAMMENFASSUNG

Wie hat Schneider Home es geschafft, den Criteo-Umsatz um fast 10% zu erhöhen, bei gleichzeitig geringeren Mediakosten? Nachdem die Ergebnisse des Google-Shopping A/B Tests mit ConversionBuddy die Erwartungen mit einer Umsatzsteigerung von 33% übertroffen haben, wollte Schneider Home testen, wie sich die Umsätze und Mediakosten von Criteo mit ConversionBuddy entwickelten. Das Ergebnis: Die Wandlung von Besucher:innen zu Käufer:innen konnte deutlich erhöht werden.



+8 %

Umsatzsteigerung



10 %

Media-Kosteneinsparung

So konnten die Umsätze um 8% gesteigert werden, während die Mediakosten um knapp 10% gesunken sind. Die EPC-Quote (Verhältnis von Einnahmen zu Klicks) hat sich ganzheitlich um 19% verbessert.



AUF DER SUCHE NACH NEUEN
INNOVATIVEN TOOLS UM...

DEN ERFOLG ZU STEIGERN

Schneider Home hat sich auf den Verkauf von Möbeln, Accessoires und Geschenkartikel für Privatkunden spezialisiert. Ein traditionsreiches und zugleich innovatives Unternehmen wie Schneider Home ist stets auf der Suche nach neuen Lösungen, um den Unternehmenserfolg zu steigern.

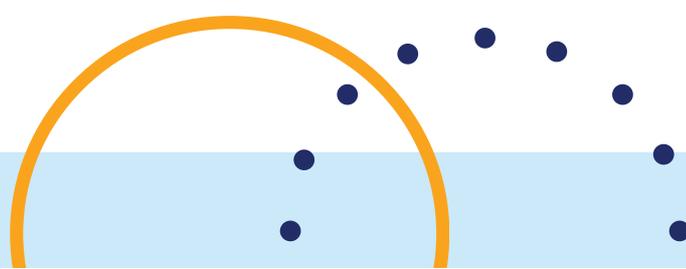
Die bereits durchgeführten Optimierungen der Retargeting-Kampagnen, wie zum Beispiel das Segmentieren der Zielgruppe und die Individualisierung der Anzeigen auf Basis dieser Zielgruppen, haben nicht die gewünschte Umsatzentwicklung erbracht. Für Schneider Home war - nach der Analyse und daraus resultierender Optimierung der Performance der bestehenden Kampagnen - noch längst nicht alles erreicht.

ZIELE

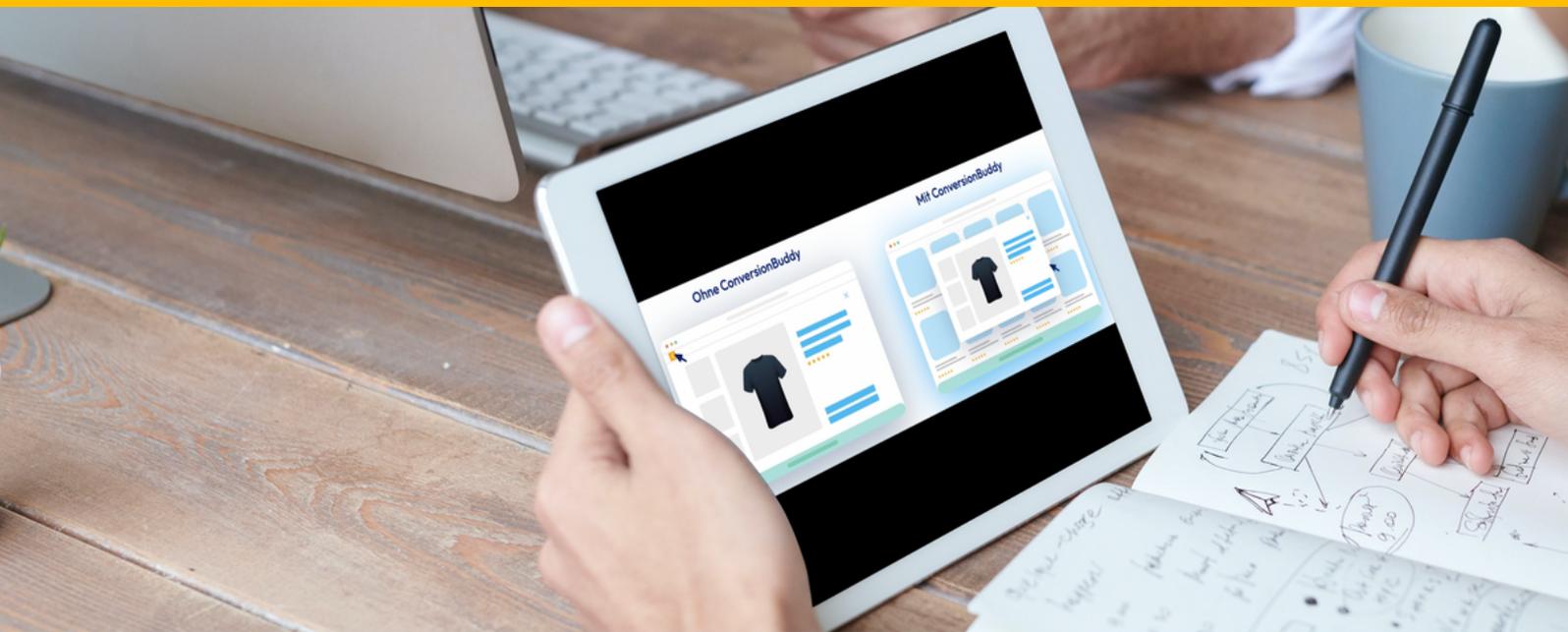
Schneider Home hat daraufhin folgende Ziele festgelegt:

- Umsatzsteigerung weiter ausbauen
- Mediakosten effizienter einsetzen
- Bounce-Rate und Mehrfach-Klicks reduzieren

Um diese ambitionierten Ziele zu erreichen, hat Schneider Home auf den Einsatz von ConversionBuddy gesetzt.



VORGEHENSWEISE



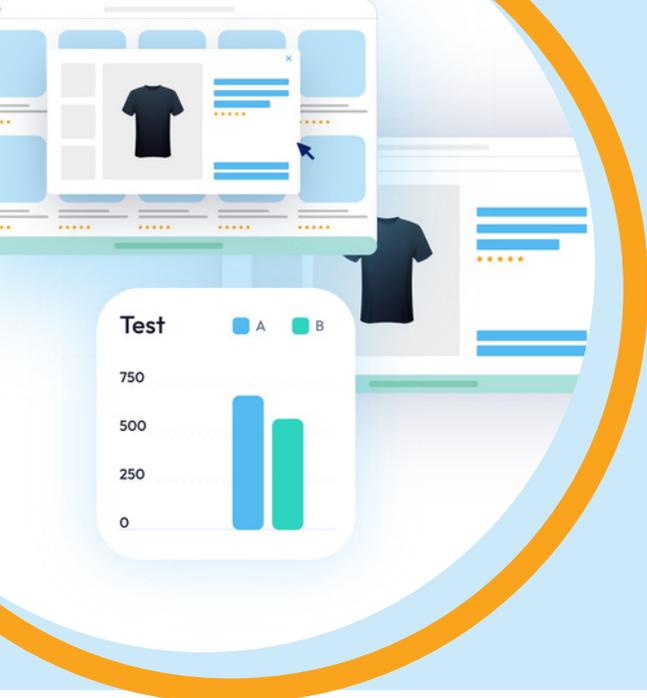
ConversionBuddy wurde als optimales Tool für die Zielsetzung von schneider ausgewählt. Um den Umsatz des externen Produkttraffics von z. B. Criteo weiter steigern zu können, erstellt ConversionBuddy eine conversionoptimierte Landingpage, die User optimal durch den Kaufentscheidungsprozess führt. Zusätzlich zum angeklickten Produkt werden weitere passende Produkte, die durch einen Performance- und Relevanz-Algorithmus berechnet werden, im Hintergrund angezeigt.



Durch diese intelligent aufgebaute Landingpage werden User länger im Shop gehalten.

Dies erhöht die Kaufwahrscheinlichkeit und reduziert die Absprungrate, wodurch kostspielige Mehrfachklicks reduziert werden. ConversionBuddy lässt sich dabei leicht sowie unabhängig vom Shop-System integrieren und ist nach kürzester Zeit einsatzbereit.





A/B-TESTING

ERGEBNISSE & FAZIT

Zu Beginn der Zusammenarbeit wurde ein A/B-Test durchgeführt. Die User werden dabei randomisiert auf die conversionoptimierte Landingpage oder auf die Produktdetailseite des Kundenshops geleitet. Im direkten userbasierten Vergleich kann aufgezeigt werden, wie sich der Umsatz und die Mediakosten über ConversionBuddy im Vergleich zu einem direkten Einstieg in den Kundenshop verhalten.

Während der Test-Laufzeit konnten im BI-System die Ergebnisse auf Basis der Google Analytics Daten ausgewertet werden. Mit einer Umsatzsteigerung von 8% sowie einer gleichzeitigen Media-Kostensparnis von knapp 10% und einer Erhöhung des EPC um 19% konnte der Test mit hervorragenden Ergebnissen erfolgreich abgeschlossen werden. Schneider Home hat im Anschluss daran weitere A/B-Tests mit ConversionBuddy in der gesamten DACH-Region durchgeführt.

Möchtest auch Du Deine Umsätze bei Criteo oder Google Shopping auf ein neues Level heben? Dann melde Dich gerne gleich bei uns.

DEIN DIREKTER
KONTAKT ZU UNS

VANESSA ATZL

SENIOR KEY ACCOUNT MANAGERIN



01781197920

vanessa@conversionbuddy.com