

Case Study

heine





"ConversionBuddy hat unseren Blick auf Conversion-Optimierung revolutioniert."

- Daniela Perndl, heine

Zusammenfassung:

heine hat eine innovative Lösung gesucht, um das Google Shopping Budget effizienter einzusetzen und dabei mehr Umsatz zu erzielen. Mit ConversionBuddy konnte die Conversionrate und die KUR erheblich verbessert werden. Hierbei konnten in der DACH-Region Umsatzsteigerungen von bis zu 38% erreicht werden.



Umsatzsteigerung um 38%



Media-Kosteneinsparung um 14%

Ausgangssituation:

heine ist ein innovatives Mode-Unternehmen, das immer neue Lösungen zur Verbesserung der Online Marketing Performance sucht. Das Ziel war es, die sehr gut laufenden Google Shopping Kampagnen durch neue Optimierungsansätze weiter auszubauen.

Festgelegte Ziele:

- zusätzliche Umsatzsteigerung
- effizienterer Budgeteinsatz
- Absprungrate reduzieren und Kunden länger im Shop halten

Die Idee:

Bei der Optimierung von Performance Marketing Maßnahmen wird häufig nur beim CPC-Bidding oder anderen Steuerungsinstrumenten angesetzt. Wir haben mit einer speziellen Landingpage für externen Produkttraffic ein weiteres effektives Instrument zur Conversionsteigerung geschaffen. Mit ConversionBuddy wird der User auch nach dem Klick optimal im Kaufentscheidungsprozess begleitet. ConversionBuddy ist außerdem leicht zu integrieren und komplett unabhängig vom Shop-System.

Lösung:

Das Technologie-Tool ConversionBuddy optimiert den Traffic von externen Produkteinstiegen (z. B. Google Shopping) hinsichtlich der Conversionrate. Durch optimierte Landingpages werden dem Kunden zusätzlich zum angeklickten Produkt auch weitere passende Produkte im Hintergrund angezeigt, die sich anhand eines intelligenten Algorithmus berechnen. Hierdurch entsteht ein "Stöbern" im Shop, wodurch der Kunde länger gehalten und die Kauf-Wahrscheinlichkeit erhöht wird. Wichtige Kennzahlen, wie Umsatz, Conversionrate und KUR verbessern sich. Zudem wird die Absprungrate reduziert und dadurch kostspielige Mehrfachklicks von der Werbepattform in den Onlineshop verhindert. Hieraus resultieren messbare, die wiederum als zusätzliches Budget investiert werden können.



Vorgehensweise:

ConversionBuddy wurde als optimales Tool für die Zielsetzung von heine ausgewählt. Um valide Ergebnisse zu erzielen, wurde ein A/B-Split Test aufgebaut. Die User wurden abwechselnd auf die optimierte ConversionBuddy-Landingpage und die Ursprungsseite geschickt. Die Ergebnisse konnten anschließend im BI-System ausgewertet werden. Nach ca. zwei Wochen wurde der Test als erfolgreich abgeschlossen und das Fazit war eindeutig. In allen Bereichen hat ConversionBuddy hervorragende Ergebnisse erzielt.



Ergebnisse:

Die Ergebnisse von ConversionBuddy auf Basis des A/B Split Testing:

- Media-Kosteneinsparung um **14%**
- Erhöhung der Bestellungen um **35%**
- Erhöhung des Umsatzes um **38%**

Die Erwartungen von heine konnten mit ConversionBuddy übertroffen werden. Nach dem erfolgreichen A/B Test wurde ConversionBuddy ebenfalls bei weiteren produktbasierten Kampagnen (z. B. criteo) sowie in weiteren Ländern implementiert.

Der direkte Kontakt zu uns:

Vanessa Atzl
Senior Key Account Manager
0178 1197920
vanessa@conversionbuddy.com

