

Erhalt und Ausbau der Marktpräsenz

Implementierung von Microsoft Audience
Network-Kampagnen

SCHUHE24



Über schuhe 24:

Schuhe24 ist eine E-Commerce-Plattform für Schuhhändler, die seit 2013 den Online-Verkauf für lokale Fachhändler vereinfacht. Über 2.000 Geschäfte in Deutschland nutzen die Plattform, um ihre Schuhe und weitere Produkte wie Textilien und Taschen online zu vertreiben. Für die Händler entstehen dabei keine Zusatzaufwände, sie profitieren aber von den Umsätzen und erhalten ein zusätzliches Standbein neben ihrem klassischen Geschäft.

Die Zielsetzung:

Im zunehmend wettbewerbsintensiven internationalen Schuhmarkt stand Schuhe24 vor der Herausforderung, seine Marktpräsenz nicht nur zu erhalten, sondern auch auszubauen. Wir setzten dabei auf das Microsoft Audience Network, um sowohl die Reichweite als auch die Effizienz der Anzeigen in verschiedenen Phasen der Customer Journey zu optimieren.

Vorgehensweise:

Smarketer konzentrierte sich auf die Implementierung von Microsoft Audience Network-Kampagnen. Dynamische Remarketing-Listen wurden eingesetzt, um bestehende Kunden gezielt anzusprechen. Für die Neukundengewinnung kam die In-Market Audience Zielgruppenausrichtung zum Einsatz. Anzeigen wurden nativ auf Plattformen wie MSN und Microsoft Outlook ausgespielt.

Die Ergebnisse:

Zwischen Februar und April 2021 zeigte sich eine deutliche

Leistungssteigerung durch die Implementierung der Microsoft Audience Network-Kampagnen. Dabei wurden dynamische Remarketing-Listen und verschiedene Marktzielgruppen kombiniert. Dies resultierte in einem Anstieg der Impressions um 26 % und einem Anstieg der Klicks um 15 %, während der Klickpreis (CPC) um 50 % gesenkt werden konnte. Besonders bemerkenswert ist die 50 % niedrigere Cost-Per-Acquisition (CPA) im Vergleich zu herkömmlichen Shopping-Kampagnen.

26%

Steigerung der Impressions

-50%

Senkung des Klickpreises

15%

Steigerung der Klicks

-50%

Senkung der CPA

Schreiben Sie Ihre eigene
Erfolgsgeschichte mit Smarketer!
www.smarketer.de/kontakt

