

Brand Awareness mit YouTube Kampagnen

So wurde die Marke mySWOOOP zur Lovebrand auf YouTube

Über mySWOOOP

mySWOOOP ist ein deutsches Unternehmen, das sich auf den An- und Verkauf von gebrauchter Elektronik spezialisiert hat. Benutzer können ihre Geräte zum Verkauf anbieten und erhalten ein Angebot von mySWOOOP. Kunden können bei mySWOOOP gebrauchte Elektronik zu günstigeren Preisen erwerben, da die Geräte überprüft und gereinigt werden. mySWOOOP bietet eine einfache Möglichkeit, gebrauchte Elektronik zu verkaufen oder günstig zu kaufen.



Wir sind Smarketer, weil wir innerhalb von 10 Jahren von 2 auf 250 Mitarbeiter und von 4 auf 1000 Erfolgsgeschichten gewachsen sind. Dabei haben wir unser gestecktes Ziel erreicht: Denn heute tragen wir das Abzeichen der größten, reinen Google Ads-Agentur in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Geschätzt und mehrfach ausgezeichnet von Google und stolzer Träger des Google Premium Partner Siegels sowie Elite Partner von Microsoft Advertising können wir heute versprechen:
Unser Team ist Ihr Ticket für den nächsten Gipfel.

Die Zielsetzung

Unser Ziel war es, mySwooop für die GenZ zu einer LoveBrand zu machen. Statt Nachhaltigkeit hervorzuheben, konzentrierten wir uns auf Glaubwürdigkeit, Einfluss und Nahbarkeit - Werte, die für die GenZ zählen.

Die Herangehensweise

Um mySwooop in das Rampenlicht zu rücken, haben wir uns auf YouTube und Display-Werbung konzentriert, begleitet von professionell erstellten Kreativarbeiten. Unter Beachtung unserer Agenturstandards und im Einklang mit den zur Verfügung stehenden Creatives, haben wir effektive Kampagnen erstellt. Unser Ansatz bestand darin, die Demographien zu bedienen, um eine möglichst breite Masse zu erreichen. Enges Monitoring war unerlässlich, um sicherzustellen, dass wir innerhalb des vorgegebenen Zeitrahmens eine 100%ige Budgetauslastung erreichen konnten.

Das Ergebnis

Unsere Bemühungen wurden durch beeindruckende Ergebnisse belohnt. Wir verzeichneten einen Anstieg von +28% an Nutzern und neuen Nutzern über Paid Search, organic und direct. Weiterhin stiegen die Klicks in der Brand-Kampagne um beachtliche 50%, gemessen an Google Ads. Der relative Lift lag bei 2,8% gemäß der Search Lift Study von Google. Dieser Erfolg spricht für sich selbst und hebt mySwooop auf eine neue Stufe der Markenwahrnehmung, vor allem bei der GenZ, die auf YouTube sehr aktiv ist.

„Smarketer ist für uns ein verlässlicher Partner in der strategischen Planung und Umsetzung von Full-Funnel-Lösungen innerhalb des Google-Ads-Universums. Auch in herausfordernden Umgebungen hat Smarketer immer zielorientiert mit Performance-Erwartungshaltungen schrittgehalten und sich als proaktiver, offener und erfahrener Partner erwiesen, der sich definitiv auch dazu verpflichtet fühlt, Strategien zu hinterfragen und aktuelle Neuerungen und Chancen – technologisch und im Vertical – zu implementieren bzw. anzustoßen.“

–Yannik Heimsoth – Head of Marketing bei mySWOOOP

+28%

Nutzer und neue Nutzer über Paid, Organic & Direct

+50%

Mehr Klicks in der Brand Kampagne über Google Ads

+2,8%

Relativer Uplift in der Google Search Lift Study

50 Mio.

Sichtbare Impressions innerhalb der Kampagne

Mehr Case Studies finden Sie [hier](#).

**Machen auch Sie Ihr Unternehmen zur Erfolgsgeschichte!
Nehmen Sie jetzt [Kontakt](#) auf.**