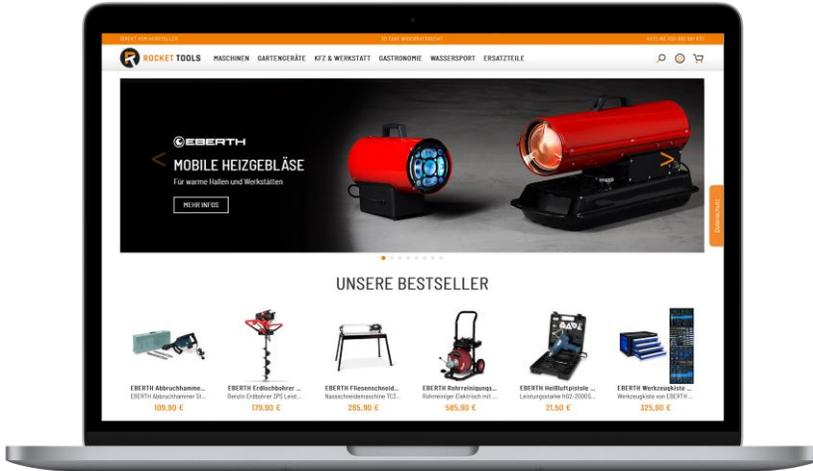


Mehr Umsatz durch Kampagnen Splitting

Rocket Tools



rocket-tools.de

Rocket Tools ist ein Berliner Online-Shop, der sich auf den Vertrieb von zwei exklusiven Eigenmarken, vertes und EBERTH, spezialisiert hat. Die Marke vertes bietet eine erstklassige Auswahl an Produkten für den Gastronomiebereich, während EBERTH für hochwertiges Werkzeug steht und eine breit gefächerte Produktpalette für Heimwerker und Profis bereithält.

Die Hypothese:

Im Verlauf unserer Shopping-Netzwerk-Kampagnen haben sich bestimmte Bestseller herausgebildet, die hauptsächlich das Tagesbudget beanspruchen. Allerdings bleiben andere Produkte, die zusätzliches Umsatzpotenzial bieten, ungenutzt. Durch die Einführung eines Kampagnen-Splittings streben wir eine Steigerung der Performance in Bezug auf Umsatz und Effizienz an.

Die Vorgehensweise:

Nach einer eingehenden Analyse auf ID-Ebene über die letzten 12 Monate haben wir unsere Produkte sorgfältig in Topseller und die restlichen Artikel klassifiziert. Die Topseller bleiben in ihrer aktuellen Kampagne unverändert, während wir für die übrigen Produkte eine eigenständige Kampagne erstellt haben. Diese Produkte haben erfolgreich eine neue Lernphase durchlaufen und erhalten nun ausreichend Raum durch ein individuelles Tagesbudget, um ihre Wirksamkeit optimal zu entfalten.

Die Ergebnisse:

Entwicklung der wichtigsten KPI im Jahresvergleich (2022 - 2023)
Topseller Produkte:

+9,16%

Budget

+13,51%

Klicks

+22,51%

Conversions

+16,50%

ROAS

Im Jahresvergleich haben wir sämtliche KPI verbessern können und durch die neue Aufteilung ist der ROAS deutlich verbessert worden.

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

