

Massiver Umsatzanstieg zum Black Sale trotz Offseason

Heavy Sale Days: Teaser-, Promo-Video & mit Demand Gen und YouTube Ads zu Black Friday



Über Heavy Tuned:

Der Onlineshop für Ersatzteile von Rollern und Motorrädern bietet ein umfangreiches Sortiment mit über 300.000 Artikeln und legt seinen Fokus klar auf das Shopping-Erlebnis. Das Geschäft ist stark saisonal geprägt und verzeichnet insbesondere zwischen April und September aufgrund der wetterabhängigen Nachfrage einen deutlichen Verkaufsanstieg.

Die Herausforderungen:

In der Nebensaison hatte der Onlineshop mit schwachen Umsätzen zu kämpfen und prüfte, ob ein Black Friday Sale die Verkäufe ankurbeln könnte. Während der Black Week wurde eine Aktion gestartet, bei der die Mehrwertsteuer per Rabattcode „geschenkt“ wurde, um zusätzliche Kaufanreize zu schaffen.

Die Herangehensweise:

In der Woche vor Beginn der Aktion wurde ein **Teaser-Video über Demand Gen und YouTube Video Action Campaigns** gezielt an Bestands- und Neukunden ausgespielt, gefolgt von einem Promo-Video im selben Stil.

Die Rabattkampagne wurde bewusst unter dem individuellen Namen „Heavy Sale Days“ statt „Black Sale“ kommuniziert und auf der Website prominent hervorgehoben.

Die Ergebnisse:

Trotz Offseason führte der Black Sale zu einem massiven Umsatzanstieg. Sowohl die Conversions als auch der Conversion-Wert stieg, bei gleichzeitiger Verringerung der Kosten-Umsatz-Relation.

+270 %

Conversion-Wert gesteigert

+130 %

Conversions

6 %

Bessere Kosten-Umsatz-Relation

+60 %

Warenkorb-Erhöhung

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

