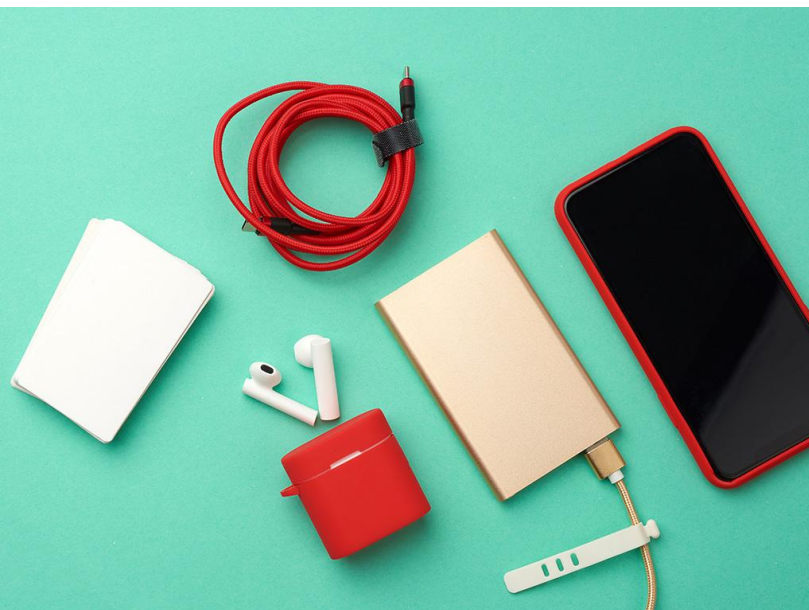


Apfelkiste – Conversion-Steigerung mit neuer Demand Gen Strategie



Über Apfelkiste:

Apfelkiste ist ein führender Schweizer Online-Händler mit einem vielfältigen Sortiment: Von Elektronikzubehör über Haushaltsartikel bis hin zu kreativer Deko und Geschenkideen. Um das breite Produktspektrum noch gezielter zu vermarkten, setzt Apfelkiste auf datengetriebene Performance-Strategien.

Die Herausforderungen:

Trotz stetigem Traffic wurde das volle Produktspektrum oft nicht wahrgenommen. Apfelkiste wollte gezielt auf neue Kategorien aufmerksam machen und die Conversionrate steigern - besonders im Upper Funnel. Eine zentrale Kampagne sollte neben maximaler Datensammlung auch Conversionoptimierung und ROAS-Steigerung liefern. Zusätzlich war ein positiver Streueffekt auf andere Kampagnen gewünscht.

Die Herangehensweise:

Die neue Demand Gen Strategie folgte einem klaren Performance-First-Ansatz. Zu Beginn wurden Produkte, Zielgruppensignale und Creatives bewusst konsolidiert, um Daten gebündelt und effizient in einer Kampagne zu sammeln. Ziel war es, durch gezielte A/B-Tests und den Ausbau der Gebotsstrategie eine stetige Steigerung der Conversion-Performance zu erreichen. Dabei standen ROAS und Conversion-Ziele im Fokus – ergänzt um die Beobachtung von Streueffekten auf andere Kampagnen. Das strukturierte Vorgehen ermöglichte eine performante Skalierung bei gleichzeitiger Gewinnung wertvoller Insights für zukünftige Maßnahmen.

Ergebnisse:

Die gezielte Demand Gen Kampagne ermöglichte Apfelkiste eine massive Conversion-Steigerung bei gleichzeitig optimierter Budgeteffizienz. Der Ansatz stärkte nicht nur einzelne Produkte, sondern förderte auch das gesamte Portfolio langfristig.

+170 %

Mehr Impressions

+140 %

Mehr Klicks

+112 %

Mehr Umsatz

+10 %

Höherer ROAS

-28 %

Niedrigerer CPM

-19 %

Niedrigerer CPC

15.04.-15.07.2024 vs. vorheriger Zeitraum | Quelle: Google Ads

Schreiben Sie Ihre eigene
Erfolgsgeschichte mit Smarketer!

www.smarketer.de/kontakt

