

«Die App-Re-Engagement-Kampagne war ein voller Erfolg. Wir machten bestehende local.ch Nutzer auf das neue App-Feature aufmerksam und brachten die Nutzer zurück in die App.»

Michael Holzgang,
Markenführung,
local.ch

local.ch: Mehr als 700 Tischreservierungen

App-Re-Engagement Kampagne

für local.ch

Conversion-Rate von 8.64 %



Die Kampagne generiert insgesamt über 700 Tischreservierungen. Das entspricht einer Conversion-Rate von 8,64 %.

Erfolgreiche App-Re-Engagement-Kampagne

local.ch ist eine der reichweitenstärksten Apps der Schweiz. Die App wird vor allem für die Telefon- und Adresssuche genutzt. local.ch möchte gezielt den neuen Tischreservations-Service der App unter den bestehenden Nutzern bekannt machen. Dafür steuert local.ch in Zusammenarbeit mit Webpublic eine App-Re-Engagement-Kampagne aus.

Die Kampagne bringt in einem Monat über 25'000 User zurück zur App und macht auf den Service aufmerksam. Während der Kampagnenlaufzeit werden mehr als 700 Tischreservierungen generiert. Dank der Kampagne öffnen zudem mehr als 1'400 Nutzer die App zum ersten Mal.

Hier geht's zum Case-Study-Film: <http://wbrp.li/2jspDZC>.

Erbrachte Dienstleistungen:

- ★ App-Marketing



Unternehmensfakten local.ch
Eine Marke der
Swisscom Directories AG

Sektor: Verzeichnisse
Mitarbeiter: 950
Gegründet: 2006
Webpublic-Kunde: seit 2015
Website: local.ch



Das Projekt im Detail

Ausgangslage

Die App von local.ch für Smartphones und Tablets gehört mit insgesamt drei Millionen Downloads zu den meistgenutzten Apps der Schweiz. Die Mehrheit der User nutzen die App, um Telefonnummern und Adressen zu suchen. Dass die App darüber hinaus weitere Funktionen bereitstellt, ist nicht allen Nutzern bekannt.

Ziele

Bestehende Nutzer sollen mit einer Re-Engagement-Kampagne gezielt auf den Reservations-Service der App aufmerksam gemacht werden. Die User sollen durch die Kampagne erfahren, dass in der local.ch App Tische in über 1'400 Schweizer Restaurants schnell und einfach reserviert werden können.

Massnahmen

Das neue Reservations-Feature wird während eines Monats mit einer Re-Engagement-Kampagne beworben. Dabei werden Nutzer, welche die App bereits auf ihrem Smartphone installiert haben, gezielt im mobilen Google-Display-Netzwerk (iOS und Android), im In-App-Netzwerk (AdMob, iOS und Android) sowie über die Google-Suche (Android) angesprochen. Beim Klick auf die Anzeige gelangen die User über einen Deep-Link auf die Übersichtsseite der App und können einen Tisch im Restaurant ihrer Wahl buchen.

Ergebnisse innert einem Monat

- ★ **Aufmerksamkeit bei bestehenden Nutzern:** Die Kampagne generiert mehr als 6 Mio. Impressionen bei bestehenden App-Usern.
- ★ **Wertvolle Kampagnen-Klicks:** Mehr als 25'000 User öffnen die App über eine Anzeige. Das resultiert in einer CTR von 0,41 %.
- ★ **Tischreservationen:** Die App-Re-Engagement-Kampagne generiert insgesamt über 700 Tischreservationen. Das entspricht einer Conversion-Rate von 8,64 %.
- ★ **Neue Nutzer werden auf die App aufmerksam:** Mehr als 1'400 User öffnen die App aufgrund der Kampagne zum ersten Mal.



«Gemeinsam mit Webrepublic erhöhten wir die Retention-Rate und die Bindung unserer Nutzer zur local.ch App.»»

Michael Holzgang,
Markenführung,
local.ch

Webrepublic AG
Seefeldstrasse 233
8008 Zürich

+41 44 542 90 60
office@webrepublic.com
www.webrepublic.com

Webrepublic AG
Avenue de Sévelin 32a
1004 Lausanne

+41 21 545 50 18
office@webrepublic.com
www.webrepublic.com

