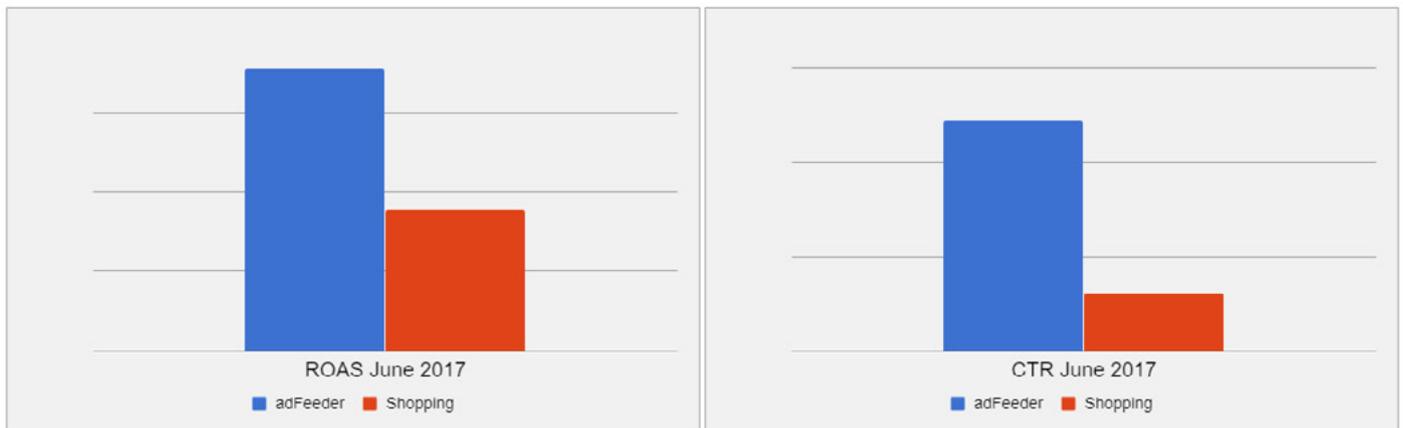


«Die adFeeder-Kampagnen sind eine ideale Ergänzung zu den bestehenden Shopping-Kampagnen. Der erreichte ROAS der adFeeder-Kampagnen ist im Monat Juni doppelt so hoch wie derjenige der Shopping-Kampagnen, und dies bei einem höheren Umsatz.»»

**Angel Muñoz,
E-Business und Digital Marketing Manager,
Distrelec Group**

Doppelter ROAS für Distrelec dank automatisierten AdWords-Kampagnen



Im Monat Juni 2017 ist der ROAS der adFeeder-Kampagnen doppelt so hoch wie der ROAS der Shopping-Kampagnen. Die CTR der adFeeder-Textanzeigen ist viermal höher als bei den Shopping-Kampagnen.

adFeeder – automatisierte AdWords-Kampagnen ergänzen Google-Shopping-Kampagnen

Online-Verkäufe sind für Distrelec wichtige Umsatztreiber. Deshalb wirbt das B2B-Unternehmen mit Google-Shopping- und manuell gemanagten Google-AdWords-Kampagnen. Dieses Setup generiert zwar guten Traffic, kann aber häufig vorkommende hochspezifische Suchanfragen nach Artikelnummern und ähnlichen Suchbegriffen nicht konsequent abdecken.

Um diese Lücke zu schliessen, die Sichtbarkeit in den Märkten zu erhöhen und den Return on Ad Spend (ROAS) zu steigern, setzt Distrelec auf eine von Webrepublics Softwareingenieuren entwickelte Lösung: den adFeeder. Der adFeeder ersetzt die manuell verwalteten AdWords-Kampagnen durch ein automatisiertes Kampagnenmanagement, das auf einem Produktdatenfeed basiert.

Diese Kampagnen decken alle spezifischen Produkt-Suchanfragen ab und ergänzen so die Shopping-Kampagnen um rund eine Million zusätzlicher Keywords je Markt. Die adFeeder-Kampagnen werden täglich mit Distrelecs Produktportfolio abgeglichen und aktualisiert – die bisherigen, manuell verwalteten Kampagnen wurden noch quartalsweise aktualisiert. Der erzielte ROAS der adFeeder-Kampagnen ist im Monat Juni 2017 über alle 22 Zielmärkte hinweg doppelt so hoch wie der erzielte ROAS der Shopping-Kampagnen.

Erbrachte Dienstleistungen:

- ★ AdWords
- ★ Engineering



Unternehmensfakten
Distrelec Group AG

Sektor: Retail (Elektronik, Technik)

Mitarbeiter: ca. 300

Gegründet: 1973

Webrepublic-Kunde: seit 2015

Website: distrelec.ch



Ausgangslage

Distrelec bewirbt seine Produkte mit Google-Shopping-Kampagnen und Google-AdWords-Kampagnen – und gerät damit an Grenzen: Eine Analyse des Suchverhaltens von Distrelecs Zielgruppen zeigt, dass Kunden häufig mit hoch-spezifischen Keywords, beispielsweise Artikelnummern wie «MCP3221A5T-I/OT», nach Produkten suchen – ein Suchverhalten, das auf eine starke Kaufintention hindeutet. Das Problem dabei: Google Shopping ist darauf optimiert, Suchanfragen nach Produktnamen wie «AD-Wandler 12 Bit SOT-23» zu bedienen.



Ziele

★ Sichtbarkeit

Distrelec will eine massgeschneiderte Lösung finden, mit der die Sichtbarkeit ihrer Produkte im Google Suchnetzwerk bei allen relevanten und spezifischen Suchanfragen steigt. Die Lücke in der Abdeckung von Suchanfragen mit hoher Kaufintention (z. B. Artikelnummern) soll geschlossen werden.

★ Effizienz

Die komplexe Kampagnen-Struktur (gesamthaft 22 Märkte, rund 500 Kampagnen und 3,5 Millionen AdGroups) und das riesige Produktportfolio (160'000 Produkte pro Markt) und Datenvolumen soll effizienter zu bewältigen sein. Die Kampagnen sollen stets das aktuelle Produktportfolio bewerben. Das heisst: Neue Produkte sollen sofort beworben und Anzeigen für ausverkaufte oder veraltete Produkte prompt pausiert werden.

★ Performance

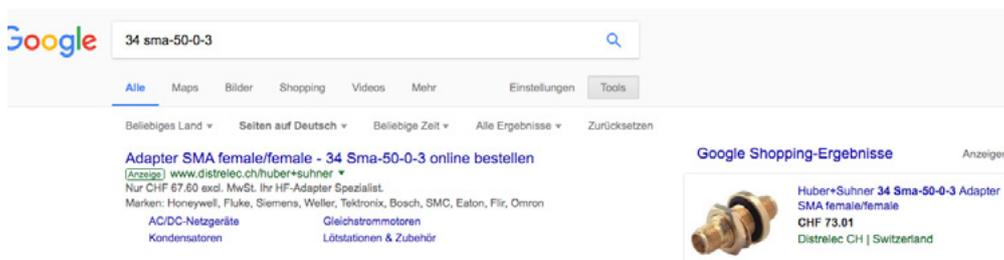
Distrelec will den Return on Ad Spend über alle Märkte hinweg steigern.



Massnahmen

★ adFeeder

Webrepublics Softwareingenieure setzen für Distrelec den inhouse entwickelten adFeeder auf und passen ihn auf die spezifischen Herausforderungen an. Die technische Lösung ersetzt die bestehenden AdWords-Kampagnen und ergänzt die Shopping-Kampagnen. Das bedeutet: Distrelec kann je nach Suchanfrage auf derselben Suchergebnisseite adFeeder- und Shopping-Anzeigen parallel ausliefern.



Sucht ein User nach der Artikelnummer «34 sma-50-0-3», wird links eine adFeeder- und rechts eine Shopping-Anzeige ausgeliefert.

★ Automatisierung

Der adFeeder generiert anhand des Produktdatenfeeds und dynamischer Anzeigenvorlagen automatisiert Anzeigentexte und Keywords. Die Anzeigentexte sind aufgrund massgeschneiderter Vorlagen optimal auf das Suchverhalten der User abgestimmt und beinhalten relevante Informationen (z. B. Artikelnummern, Nettopreise oder Produktkategorien). Mit dem adFeeder werden die Kampagnen jede Nacht aktualisiert. Sobald ein Produkt ausverkauft ist, werden die Anzeigen pausiert – und automatisch reaktiviert, wenn das Produkt wieder verfügbar ist. Dadurch werden nicht verfügbare Produkte erst gar nicht beworben, was Frust bei den Käufern und unnötigen Ad Spend verhindert. Kommt ein neues Produkt in den Onlineshop, wird automatisch eine neue AdGroup mit entsprechenden Keywords und Anzeigen erstellt. Damit die Informationen in den adFeeder- und Shopping-Kampagnen konsistent sind, schöpfen sie Daten aus demselben Feed.

★ Optimierung

Bidding-Strategien können im adFeeder je nach Marge und Produktrelevanz definiert werden. Datenbasierte Erkenntnisse aus den adFeeder-Kampagnen fließen in die Optimierung der Shopping-Kampagnen ein.



Resultate

★ Skalierung

Mit dem adFeeder verwaltet Distrelec in 22 Märkten insgesamt rund 500 Kampagnen, 3,5 Millionen AdGroups, 10,5 Millionen Textanzeigen und 16,5 Millionen Keywords automatisiert – ein manuelles Kampagnenmanagement in dieser Komplexität wäre menschenunmöglich.

Während beim manuellen Setup Kampagnen aufgrund des hohen Aufwands bisher nur alle 90 Tage aktualisiert wurden, findet das Aufdatieren jetzt alle 24 Stunden statt. Dank des adFeeders können neue Produkte innerhalb eines Tages eingeführt und beworben werden.

★ Relevanz

Die hohe Relevanz der adFeeder-Textanzeigen für die Zielgruppe widerspiegelt sich in einer, über alle Märkte hinweg gemessen, viermal höheren CTR als bei den Shopping-Kampagnen.

★ Return on Ad Spend

Die neuen adFeeder-Kampagnen decken Suchanfragen mit hoher Kaufintention (beispielsweise Artikelnummern) konsequent ab und erschliessen zuvor brachliegendes Marktpotenzial: Die adfeeder-Kampagnen erzielten im Monat Juni 2017 einen doppelt so hohen ROAS wie die Shopping-Kampagnen, und dies bei einem 64 Prozent höheren Umsatz.



**«Dank Webrepublics adFeeder
managen wir riesige Daten-
mengen. Wir steuern insgesamt
500 AdWords-Kampagnen mit
3,5 Mio. AdGroups und 10,5 Mio.
Textanzeigen automatisiert aus,
was manuell nicht machbar wäre.
Dabei aktualisieren wir unsere
Kampagnen jetzt täglich statt
quartalsweise und stellen so
sicher, dass wir stets das aktuelle
Produktportfolio bewerben.»»**

**Nagore Fernandez,
Search Marketing Manager,
Distrelec Group**

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

