

Case Study

JUST SCHWEIZ SETZT DISCOVERY-KAMPAGNEN ZUR ERREICHUNG VON PERFORMANCE-ZIELEN EIN

JUST ist ein traditionelles Unternehmen, das vor 90 Jahren gegründet wurde und heute in 34 Märkten auf der ganzen Welt vertreten ist. JUST Produkte nutzen hochwirksame Pflanzenkraft für Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden. Sie pflegen Haut und Haare und haben eine ausserordentlich wohltuende Wirkung auf Körper und Geist. Auf der ganzen Welt teilen Menschen die Faszination für die wirkungsvolle Kräuter- und Pflanzenpflege in höchster Schweizer Qualität. 120'000 engagierte Beraterinnen und Berater kümmern sich persönlich um die individuellen Pflegebedürfnisse von Kundinnen und Kunden. Webrepublic unterstützt JUST dabei, die Brand Awareness zu erhöhen und relevanten Traffic für den Onlineshop to generieren.

AUSGANGSLAGE

JUST Schweiz ist ein Direktvertriebsunternehmen und vertreibt seine hochwertigen und natürlichen Kosmetikprodukte offline über Beraterinnen und Berater und online über seinen E-Commerce-Shop in der Schweiz. Webrepublic erkannte, dass die Awareness-Messungen verbessert werden müssen, um die gesamte mögliche Reichweite entlang der digitalen User Journey zu erschliessen. Durch die Implementierung von Discovery-Kampagnen soll die Push-Pull-Strategie unterstützt werden.

ZIELE

- ★ Erhöhung der Brand Awareness
- ★ Generierung von relevantem Traffic für den Onlineshop

MASSNAHMEN

JUST entschied sich für eine Push-Pull-Strategie innerhalb von Google Ads in Kombination mit Discovery Search Campaigns. Der Grundgedanke war, ein bestimmtes Thema innerhalb einer Zielgruppe zu pushen und die entsprechende Nachfrage durch Pull zu stillen. Durch die Verwendung eines visuell reichhaltigen Mobile-First-Formats konnte JUST eine bessere Abdeckung der User Journey sicherstellen. Darüber hinaus generierten die Discovery-Kampagnen eine Nachfrage innerhalb einer spezifischen Zielgruppe und nutzten so die Vorteile von Intent und von erweiterten Targeting-Optionen.

ERGEBNISSE

Die Discovery-Kampagnen steigerten die Markenbekanntheit und trugen dazu bei, qualitativ hochwertigen, relevanten Traffic auf die Plattform zu ziehen, was wiederum die Leistung erhöhte.

- ★ +132 % Bestellvolumen
- ★ -29 % Costs per Conversion
- ★ +41 % Return on Ad Spend (ROAS)



«Discovery-Kampagnen ermöglichen eine bessere Abdeckung entlang der User Journey und ihrer verschiedenen Touchpoints. Die Ergebnisse zeigen, dass die Umsetzung solcher Kampagnen einen positiven Einfluss auf die Markenbekanntheit und auch auf die Leistungsziele von JUST hat.»

Daniela Ertl, Senior Consultant SEA, Webrepublic

