

Case Study

YALLO SENKT YOUTUBE-CPA UM 44 % DURCH VIDEO BUILDER UND TRUEVIEW- FOR-ACTION-FORMAT

yallo erweiterte 2018 sein Sortiment mit Postpaid-Angeboten und nahm ein Rebranding vor. Entsprechend sollten sämtliche Digitalmarketing-Aktivitäten neu ausgerichtet werden. Webrepublic übernahm die Konsolidierung und Budgetverantwortung der digitalen Kanäle von yallo und erarbeitete über Google Search, Display und YouTube ein auf die jeweilige Zielgruppe optimal abgestimmtes ganzheitliches Kampagnen-Setup.

AUSGANGSLAGE

Aufgrund häufig wechselnder Kampagnen und Promotionen ist es für yallo zeitintensiv und kostspielig, Video- und Bildmaterial in guter Qualität zu produzieren. Hochwertiges Videomaterial ist jedoch notwendig, um eine YouTube-TrueView-for-Action-Kampagne effektiv auf den Kauf eines Mobile-Abos hin zu optimieren.

ZIELE

- ★ Effiziente Erstellung von hochwertigem Bild- und Videomaterial
- ★ Senkung der Kosten pro Mobile-Abo-Verkauf

MASSNAHMEN

Für die «yalloween»-Kampagne wurde der YouTube Video Builder eingesetzt, um mit wenig Aufwand ein qualitativ hochwertiges Video zu produzieren. Durch die intuitive Benutzeroberfläche und die Vollautomatisierung kann auch ein «Grafik-Laie» in kürzester Zeit ein Video erstellen, das den Bedürfnissen der Kampagne entspricht. Dies geschieht, indem der Video Builder die YouTube Creative Best Practices einhält und somit die Chancen auf eine bessere Kampagnen-Performance bei der späteren Nutzung erhöht.

ERGEBNISSE

Durch den Einsatz der vom Video Builder genutzten Creatives in einer TrueView-for-Action-Kampagne konnten yallo und Webrepublic Zeit und Kosten bei der Implementierung sparen. Zudem erzielte die Kampagne:

- ★ Reduktion der CPA um 44 %
- ★ Steigerung der CTR um 100 %
- ★ Steigerung der Conversions um 40 %

«Dank dem Video Builder konnten wir ohne hohe Produktionskosten hochwertiges und zielgruppengerechtes Videomaterial produzieren.»

Mariangela Coco, Online Marketing Manager, yallo

