

**Case Study**

# **STEIGERUNG VON SALES UND BRAND AWARENESS DURCH KONTINUIERLICHE TESTS, DYNAMISCHE VISUALS UND EINEN BREITEN KANALMIX**

Zur Steigerung der Markenbekanntheit und des Abverkaufs setzt yallo zusammen mit Webrepublic auf ein digitales Marketing-Framework, das die Bereiche Kreation, Media und Remarketing vereint und so eine Neuausrichtung sämtlicher digitalen Aktivitäten ermöglicht. Laufende A/B-Tests und dynamische Anzeigen fördern das Verständnis für die Zielgruppe der jeweiligen Kanäle, wodurch die Relevanz der Anzeigen und folglich die Performance gesteigert wird.

## **AUSGANGSLAGE**

yallo erweitert 2018 sein Sortiment mit Postpaid-Angeboten und nimmt ein Rebranding vor. Entsprechend sollen sämtliche Digitalmarketing-Aktivitäten neu ausgerichtet werden. Webrepublic übernimmt die Konsolidierung und Budgetverantwortung der digitalen Kanäle von yallo und erarbeitet ein auf die jeweilige Zielgruppe optimal abgestimmtes ganzheitliches Kampagnen-Setup.

## ZIELE

- ★ Steigerung der Brand Awareness für das neue Sortiment
- ★ Onlineverkauf fördern
- ★ Minimierung des Aufwands durch gezielten Einsatz der Ressourcen

## MASSNAHMEN

Webrepublic setzt auf ein digitales Marketing-Framework, das die Bereiche Kreation, Media und Remarketing vereint. Digitale Kanäle wie Facebook, Google, Instagram, Snapchat, Newsletter oder Tinder werden in den Kampagnen aufeinander abgestimmt und auf ihre Effektivität getestet. Zentral dabei ist ein dynamischer und kreativer Ansatz, der es ermöglicht, die verschiedenen Zielgruppen auf jedem Kanal mit relevantem Content anzusprechen.

A/B-Tests ermöglichen wichtige Insights zum Nutzerverhalten und der Performance der einzelnen Kanäle, sodass der Kanalmix laufend optimiert wird. Durch den regelmässigen Austausch zwischen den involvierten Webrepublic-Teams (Projektmanagement, SEA, Graphics, Social Media und Programmatic Advertising) und dem yallo-Team entsteht ein agiler Arbeitsprozess, der die laufende Optimierung auf die definierten Ziele sicherstellt.

## ERGEBNISSE

- ★ Onlineverkauf: 60 % Steigerung der Onlineverkäufe YoY
- ★ Brand Awareness: Signifikante Steigerung der Markenbekanntheit
- ★ Klares Verständnis sämtlicher Digitalkanäle und ihrer Zielgruppen

## KAMPAGNENBEISPIEL TINDER

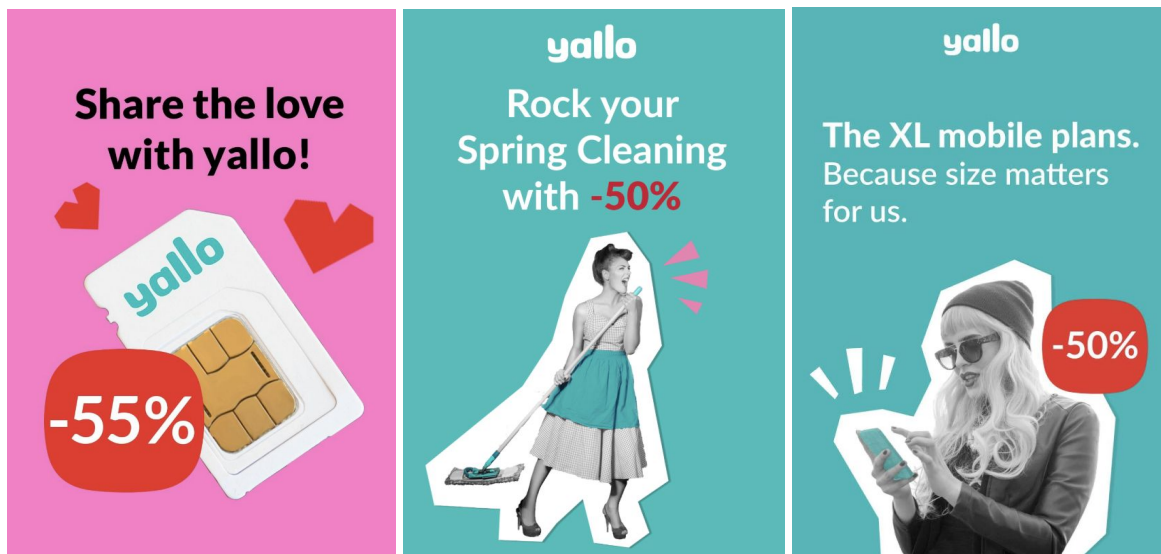
### Einsatz von kanalspezifischen Visuals auf Tinder

Über Tinder wird ein sehr spezifisches Segment der yallo-Zielgruppe – die Millennials und die Generation Z – angesprochen. Visual Designs und Wordings werden spezifisch auf den Kanal und die Zielgruppe abgestimmt. Zusätzlich werden saisonale Gegebenheiten wie Feiertage oder Jahreszeiten in den Visuals aufgegriffen und mittels Programmatic Guaranteed DV360 flexibel und effizient ausgespielt. Dadurch wird laufend Content bereitgestellt, der für die Zielgruppe relevant ist. Engagement Rate und Traffic für yallo konnten dank den Platzierungen auf Tinder massiv gesteigert werden.



**Resultate:**

- ★ 84 % Reduktion des Mobile CPC
- ★ 40 % über dem Tinder CTR Benchmark



**«Dank der Flexibilität und der Unterstützung von Webrepublic gelang es uns, Multichannel-Kampagnen in weniger als einer Woche erfolgreich zu lancieren – von der Idee bis zur Ausführung.»**

**YANN DUPONCHEL, Head of Digital Marketing, yallo**

**«Die sich in schnellem Tempo ständig verändernde Umgebung stellte zuerst eine grosse Herausforderung dar, aber mit Organisation und harter Arbeit konnten wir unsere Ziele erreichen und dabei täglich voneinander und miteinander lernen.»**

**JULIA TREUDLER, Senior Client Solutions Manager, Webrepublic**

