

Best Case



Bärbel Drexel
Erfolgreiche Kampagnen-Optimierung mit Post-Click-Tracking

Skalierbar | Planbar | Zielgenau | Messbar | Optimiert



- > Kunde
Bärbel Drexel GmbH
- > Produkt
Bellaform-Serie für gesundes Abnehmen
- > Kampagnenlaufzeit
27.12.2017 – 21.01.2018
- > Werbeform
CONATIVE Clickout
Post-Click-Tracking
- > Zielgruppe
Gesundheitsbewusste Frauen und Männer, die abnehmen möchten
- > Umfeld
CONATIVE-Netzwerk



- > „Das Beste aus der Natur zum Besten für den Menschen“ – gemäß dieser Philosophie stellt Bärbel Drexel seit 1996 Produkte her, die das Wohlbefinden fördern
- > Zum Jahreswechsel 2018 soll nun die Bellaform-Serie zur typgerechten Gewichtsreduktion in den Fokus von Deutschlands Frauen gerückt werden

Kampagnenziele

- > Aufmerksamkeit schaffen für die Bellaform-Serie in der Zielgruppe der gesundheitsbewussten Frauen und Männer, die auf der Suche nach Unterstützung bei der Gewichtsreduktion sind
- > Teilnehmer gewinnen für den Bellaform Selbsttest „Welcher Diättyp sind Sie?“, der 10 Fragen umfasst



> **Als Werbeformat wurde das CONATIVE Clickout gewählt**

Dieser Bild-Text-Teaser ist 100% nativ in die jeweilige Webseite eingebettet und wird dem Nutzer unmittelbar im Lesefluss der Seite präsentiert. Der Teaser führte den Nutzer beim Klick direkt zum Bellaform-Selbsttest und sorgte so für eine effiziente Trafficzuführung.

> **27 verschiedene Botschaften für eine optimale Nutzeransprache**

Für die Werbemittel wurden verschiedene Bilder, Headlines und Infotexte eingesetzt. Diese ergaben insgesamt 27 verschiedene Teaser-Kombinationen, deren Performance in Bezug auf die Öffnungsrate gegeneinander getestet wurde (multivariates Testing). Durch die bevorzugte Ausspielung der erfolgreichsten Konstellationen konnte die Öffnungsrate der Teaser im Laufe der Kampagne stetig optimiert werden.

> **Signifikante Steigerung der Selbsttestteilnehmer-Quote durch automatisierte Optimierung**


Neben Aufmerksamkeit für das Produkt sollten auch Teilnehmer für den Bellaform-Selbsttest auf der Webseite des Kunden generiert werden. Durch eine speziell implementierte Messung auf der Kundenzielseite (Post-Click-Tracking) konnte identifiziert werden, über welche Nutzeransprache (bspw. die Kombination aus Werbemittelvariante und Umfeld) die meisten Testteilnehmer gewonnen werden konnten. Die Ausspielung der Kampagne wurde automatisch darauf optimiert und die Teilnehmerquote damit um 80% gesteigert.*

Platzierung des Werbemittels im CONATIVE-Netzwerk



Verschiedene Varianten des Teasers

Welcher Diättyp sind Sie? Machen Sie jetzt den Test! Anzeige




Sie sind **frustriert**, weil Sie Ihr Gewicht einfach nicht reduzieren können? Um ideal abzunehmen, sollten Sie Ihren **Diättyp** kennen. Im **Selbsttest** erfahren Sie, ob Sie Ihren Stoffwechsel aktivieren müssen oder ob Ihre Darmflora Sie am Abnehmen hindert. Denn mit den richtigen **Tipps** ist es viel leichter, das ungeliebte Bauchfett anzugreifen und 2018 das **Idealgewicht** zu erreichen.

[Zum Selbsttest](#)

Distributed by CONATIVE - Bildquellen

[Live ansehen >>](#)



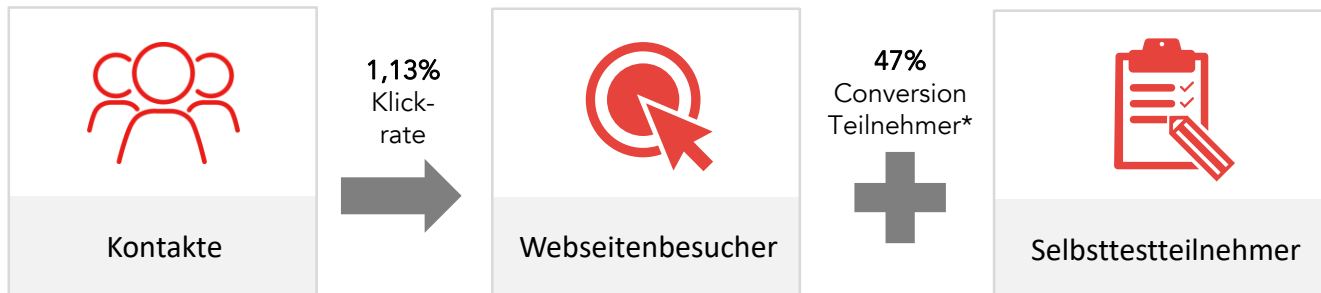
Leichter abnehmen: Der Selbsttest für Ihren Diät-Erfolg

Der gute Vorsatz ist schnell gefasst: Diesmal **muss die Diät einfach klappen**. Ihre Chancen steigen, wenn Sie dabei Ihren individuellen Diättyp berücksichtigen. Machen Sie den Test und holen Sie sich **maßgeschneiderte Diät-Ratschläge**. Vielleicht behindert bis jetzt Ihre Darmflora den Abnehm-Erfolg oder Ihr Stoffwechsel kommt einfach nicht auf Touren. Finden Sie es heraus und machen Sie 2018 **Ihre guten Vorsätze** wahr!

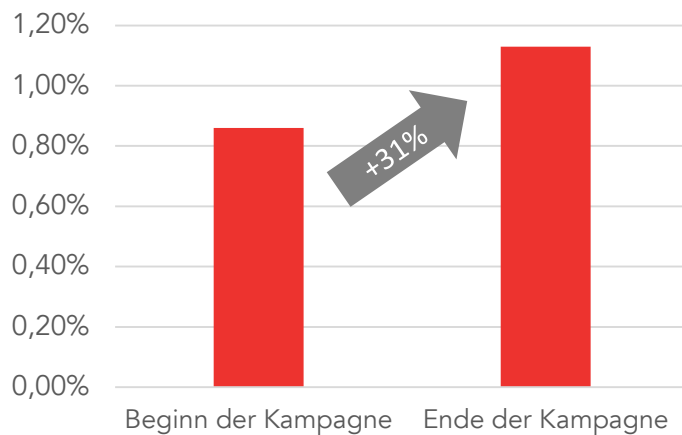
Beste Teaser-Variante: +55% Uplift im Vergleich zur durchschnittlichen Gesamt-Klickoutrate der Kampagne

Weitere Platzierung bspw. auf

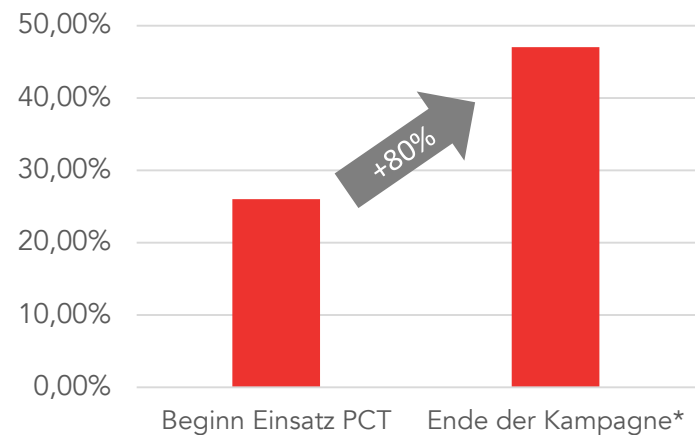




Optimierung der Klickrate
durch multivariates Testing der Werbemittel



Optimierung Selbsttestteilnehmer-Quote
durch Einsatz von Post-Click-Tracking



*Bezogen auf den Zeitraum, in dem das PCT eingesetzt wurde (1 Woche nach Kampagnen-Start)

„Wir sind begeistert über den qualifizierten Traffic durch die CONATIVE-Kampagne. Die Performance auf unserer Seite war – besonders dank des eingesetzten Post-Click-Trackings – sehr gut.“

*Tanja Bartsch
Online Marketing Managerin*



CONTENT
IS **KING** 
DISTRIBUTION
IS **QUEEN**

DEFINE MEDIA GMBH

An der Raumfabrik 31a

76227 Karlsruhe

Tel.: +49-721-6273999-90

Fax: +49-721-6273999-99

media@definemedias.de

www.definemedias.de