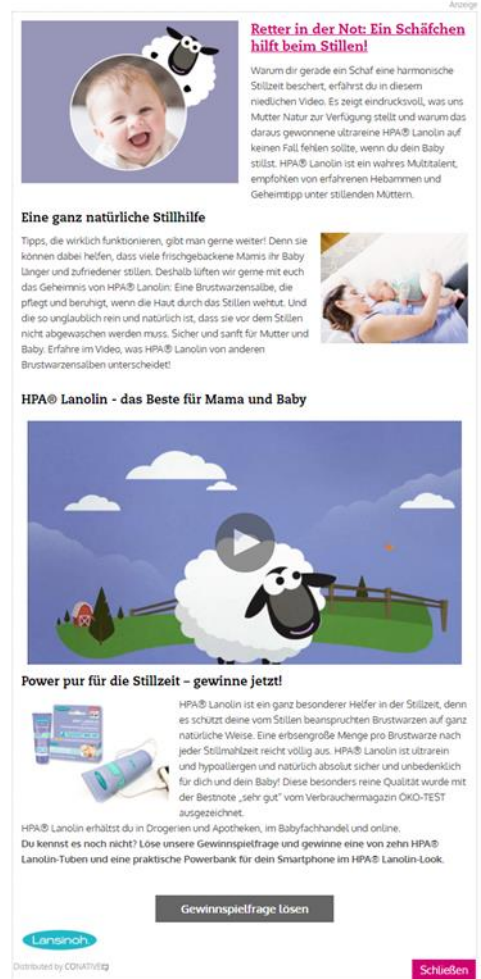


Kampagnenziele

- Aufmerksamkeit schaffen für die HPA® Lanolin Brustwarzensalbe in der Zielgruppe der werdenden und stillenden Mütter
- Interessierte Mütter mit Informationen versorgen und weiter auf die Lansinoh-Homepage führen und Teilnehmer für das Lansinoh-Gewinnspiel generieren



Die Umsetzung & Ergebnisse

- Sechs verschiedene Botschaften für eine optimale Nutzeransprache und Einsatz von Post-Click-Tracking
- Ausspielung im Familientitel iLOVEfamily



1,09%
Öffnungsrate
(CTR)



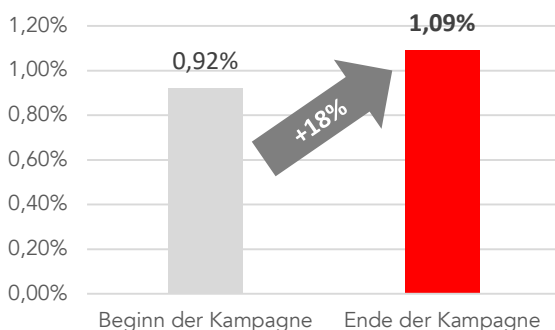
20,65%
Weiterführende
Klicks (CTR)



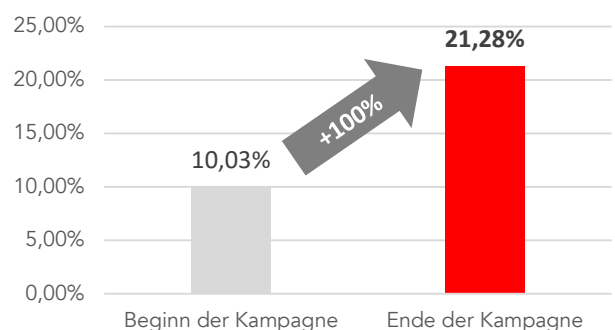
21,28%
Conversion
Teilnehmer



Optimierung der Öffnungsrate durch multivariate Optimierung der Werbemittel



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



„Wir haben uns auf eine positive Entwicklung der Kampagnen-KPIs im Zwischenbericht gefreut. Mit einem so guten Endergebnis haben wir allerdings nicht gerechnet!“
Miroslava Nikolova, Marketing Manager - Social & Digital | Lansinoh Laboratories Inc.