



Bekanntheit

Beispiele aus der Praxis

Schnelle Inspiration, die Sie weiterbringt



„Durch Broad Match konnten wir auch umfangreichere Suchbegriffe abdecken, die zu 182 % mehr Anmeldungen bei gleichem CPA geführt haben.“



Verena Budde

Digital Manager, tails.com

Lesedauer: 2 Minuten

Mit Spürnase zum Erfolg: Broad-Match-Strategie von tails.com führt zu Markenbekanntheit und Wachstum im deutschen Markt

Die Herausforderung: Aufbau eines Kundenstamms und Wachstum nach Markteintritt

Der Aufbau von Markenbekanntheit und einem Kundenstamm ist besonders wichtig bei Eintritt in einen neuen Markt – und zugleich oft die größte Hürde. Als Start-up stand tails.com, ein Unternehmen, das individuell zusammengestelltes Hundefutter als Abonnement anbietet, vor genau dieser Aufgabe: Wie kann man effizient und zu überschaubaren Kosten Abonnentinnen und Abonnenten gewinnen und zudem die Reichweite in einem neuen Markt steigern, ohne den CPA in die Höhe zu treiben? Eine gute Option für das Unternehmen: aufsetzen auf die bereits existierende automatisierte Search-Strategie und den Fokus auf Suchanfragen der Nutzerinnen und Nutzer legen.

Der Ansatz: existierende Nachfrage durch automatisierte Bidding-Strategie abdecken

Das Start-up tails.com hatte bereits ein automatisiertes Search-Setup implementiert. Um das Potenzial für inkrementelle Reichweite und damit einhergehend neue Abschlüsse und Verkäufe in Gänze auszuschöpfen, sollte die gesamte Bandbreite der Automatisierung von Google Search-Kampagnen genutzt werden. Auch bisher ungenutzte Potenziale, die aufgrund von sich stetig veränderndem Suchverhalten bestehen, sollten so identifiziert und durch die eigenen Produkte besetzt werden. Der Weg dazu: Broad Match in Kombination mit Smart Bidding, Responsive Search Ads und Data Driven Attribution. Diese Strategie ermöglicht es, nicht nur exakte Suchbegriffe, sondern auch verwandte Themen sowie Varianten des Suchbegriffs (bspw. Sätze, die gesucht werden) zu matchen – und somit eine noch höhere relevante Reichweite zu schaffen und die Nachfrage mit den eigenen Produkten zu bedienen. Gleichzeitig werden die Conversions zu einem vorab definierten Ziel-CPA maximiert.



Hundefutter Abo

Hundefutter Abo bestellen

Hundefutter Abo bestellen online



Das Ergebnis: Traffic-Steigerung um 258 %, verdreifachte Conversions

Die angepassten Broad-Match-Kampagnen übertrafen die zuvor geschalteten Kampagnen deutlich. Der Traffic wurde nicht nur um 258 Prozent gesteigert, sondern diese Interaktionen waren zudem auch qualitativ hochwertig: Sie führten zu dreifach höheren Conversions und zu einem Anstieg an Testanmeldungen um 182 Prozent – ein Allzeithoch seit der Einführung der Marke in Deutschland. Und das bei einem stabilen CPA.