

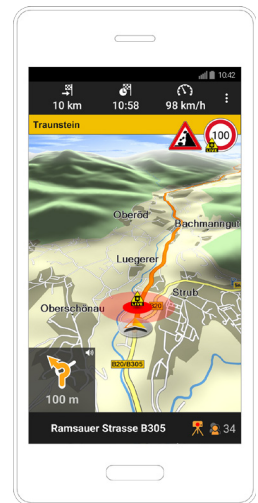


## 75 % unter CPI-Zielwert: Garmin Würzburg nutzt erfolgreich universelle App-Kampagnen

Die Agentur Pilot setzte erstmalig für ihren Kunden Garmin Würzburg universelle App-Kampagnen (UAC) ein, um Downloads seiner hochpreisigen „NAVIGON Europe“-App zu generieren. Der Erfolg: UAC schnitten im Vergleich zu anderen Marketingkanälen am besten ab und unterschritten den CPI-Zielwert um 75 %.

### Erstmaliger Einsatz universeller App-Kampagnen

Garmin entwickelt weltweit Produkte für die Bereiche Automotive, Fitness & Outdoor, Marine und Aviation. Dazu gehört auch die erfolgreiche Navigations-App NAVIGON, die am Standort Würzburg in Deutschland entwickelt und vermarktet wird. Eine wesentliche Herausforderung an die Vermarktung stellt die Ansprache äußerst heterogener Zielgruppen dar. Die Agentur Pilot Hamburg unterstützt Garmin im Onlinemarketing und schlug im Frühjahr 2016 vor, die universellen App-Kampagnen (UAC) von Google für die Bewerbung der „NAVIGON Europe“-App des Herstellers zu nutzen. Die Karten dieser hochpreisigen Navigations-App funktionieren offline. Pilot lieferte für die UAC Kurztexte, die spezielle Features der App hervorhoben. Google UAC findet die besten Kombinationen und spielt automatisch die leistungsstärksten Anzeigen aus. Sie erscheinen in allen Google-Diensten wie der Suche, Google Play, Partner-Suchnetzwerken, im Google Display-Netzwerk und auf vielen Publisher-Websites.



### Exzellente Leistungswerte

Garmin testete den Marketingkanal für App-Downloads mit einem vorgegebenen Cost-per-Install (CPI). Dieser CPI galt für alle laufenden Onlinekampagnen, um die Leistungsfähigkeit der Kanäle vergleichen zu können. Pilot startete die Gebote für UAC zunächst mit einem höheren Wert, senkte ihn aber binnen kurzer Zeit drastisch. Innerhalb einer Woche lag der CPI um bis 95 % unterhalb des vorgegebenen Zielwertes, im Durchschnitt des gesamten Kampagnenzeitraums dann bei 75 %. In neun Wochen erzielten die UAC über 2.000 App-Installationen. Der Kanal schnitt damit deutlich besser ab als alle anderen Kanäle weiterer Vermarkter. „Wir waren sehr überrascht und natürlich erfreut über die exzellenten Ergebnisse. Mit den universellen App-Kampagnen konnten wir einen CPI erzielen, den wir mit dieser hochpreisigen App in anderen Kanälen so nicht erreicht haben“, erklärt Eva Dubiel, Marketing Manager bei Garmin. Tatjana Degener, Senior Beraterin Media Performance Marketing bei Pilot Hamburg ergänzt: „Das Generieren von Downloads für kostenpflichtige Apps zu einem niedrigen CPI ist generell schwierig. Der Test hat für uns gezeigt, dass UAC ein Kanal sind, über den zu einem akzeptablen Preis Downloads für hochpreisige Apps erzielt werden können.“

### Das Unternehmen

Garmin ist einer der weltweit führenden Anbieter im Bereich der Navigation. Die NAVIGON Europe-App wurde am Standort Würzburg entwickelt.

- [www.garmin.com](http://www.garmin.com) / [www.navigon.com](http://www.navigon.com)
- > 11.400 Mitarbeiter weltweit

### Die Ziele

- Generierung von Downloads der hochpreisigen Navigon-App

### Der Ansatz

- Einsatz universeller App-Kampagnen (UAC) mit Ziel-CPI

### Die Ergebnisse

- Performance innerhalb einer Woche 75 % unter Ziel-CPI
- 2.145 App-Installationen in neun Wochen
- Bester Vermarktungskanal im Kampagnenzeitraum

„Wir waren sehr überrascht und natürlich erfreut über die exzellenten Ergebnisse. Mit den universellen App-Kampagnen konnten wir einen CPI erzielen, den wir mit dieser hochpreisigen App in anderen Kanälen so nicht erreicht haben.“

**Eva Dubiel, Marketing Manager  
Garmin**

### Universelle App-Kampagnen

Mehr Informationen über universelle App-Kampagnen unter:  
<https://support.google.com/adwords>