



28 % höhere Erträge bei eBay Motor Spanien.

Hintergrund: eBay Motor ist ein Online-Marktplatz für den Verkauf von Neu- und Gebrauchtwagen, Motorrädern und Autozubehör. Ständig sucht das Unternehmen neue Wege, die Zahl seiner registrierten Nutzer zu erhöhen. Dabei nutzte die spanische Tochter in der Vergangenheit vor allem Banner auf kontextbezogenen Seiten – allerdings wurden die Zweifel an der Effizienz immer stärker. Neue Ansätze wurden gesucht und gefunden: In Zusammenarbeit mit Media Contacts, dem globalen Interactive-Media-Network von Havas Digital, und wunderloop wurden drei Kampagnen entwickelt, um die Effektivität von Integrated Targeting-Lösungen mit kontextabhängigen Kampagnen zu vergleichen.

eBay Motor/wunderloop – die Kooperation

Die Targeting-Experten von wunderloop nahmen Maß und schneiderten eine Zwei-Phasen-Lösung für eBay Motor Spanien. Mit einer nicht-segmentierten „Lernphase“ wurden zunächst die passenden Zielgruppen für die Kampagne ausgewählt. Dabei kristallisierten sich fünf individuelle Zielgruppen heraus, die die besten Ergebnisse hinsichtlich Click-through-Rate und Reichweite aufwiesen.

Auf dieser sicheren Basis liefen in Phase 2 drei Kampagnen (28. November bis zum 18. Dezember 2007):

- Eine Kampagne nutzte wunderloop ‚connect‘, der offene Marktplatz für gezielte Online-Werbung. Sie wurde auf Seiten geschaltet, die sich nicht mit Automobilthemen beschäftigten.
- Die anderen beiden Kampagnen wurden auf diversen Automobilseiten im spanischen Markt geschaltet.

Der Erfolg für eBay Motor Spanien

Die Ergebnisse waren eindeutig: Die Integrated Targeting-Kampagne war in Hinblick auf Klickrate und Effizienz (gemessen am ROI) überaus erfolgreich.

- Der ROI (basierend auf Cost-per-Click) war im Vergleich zu den beiden kontextabhängigen Kampagnen um 28 % höher. Der durchschnittliche Tausend-Kontakt-Preis sank kurzerhand um satte 32 %.
- Die Click-through-Rate der Integrated Targeting-Kampagne schlug die nicht-segmentierte in der Lernphase mit 107 %.
- 40 % höher war die Click-through-Rate der Integrated Targeting-Kampagne im Vergleich mit den beiden kontextabhängigen Kampagnen.

It works because it's wunderloop