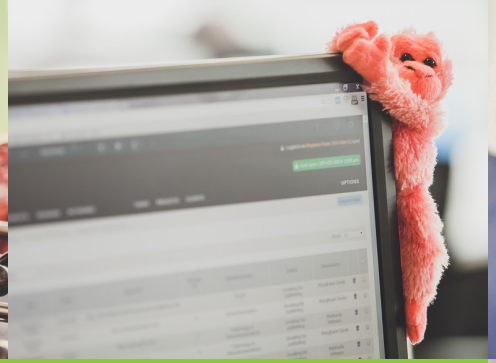
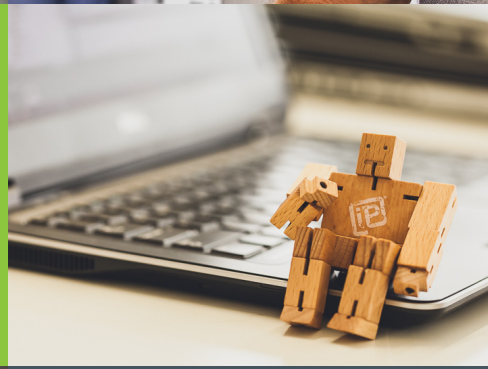


Crosschannel Kampagne
Viele Wege führen nach Schottland



explido » iProspect

Viele Wege führen nach Schottland

Von Programmatic Advertising über E-Mail-Marketing bis hin zu TV-Sync – die Möglichkeiten im digitalen Marketing sind mittlerweile so vielfältig, dass sich Marketer vorkommen müssen, wie Kinder am Süßwarenregal. Die Auswahl ist riesig, wo also am besten zugreifen? Wer zu viel aus dem Regal holt, kann sich den Appetit rasch verderben. explido»iProspect stellte für den schottischen Reiseverband VisitScotland eine Auswahl zusammen, die die besten Zutaten vereint. Die Kampagne kombinierte erfolgreich Daten und mehrere Kanäle auf innovative Art und erzielte eine Performancesteigerung von über 200 Prozent.

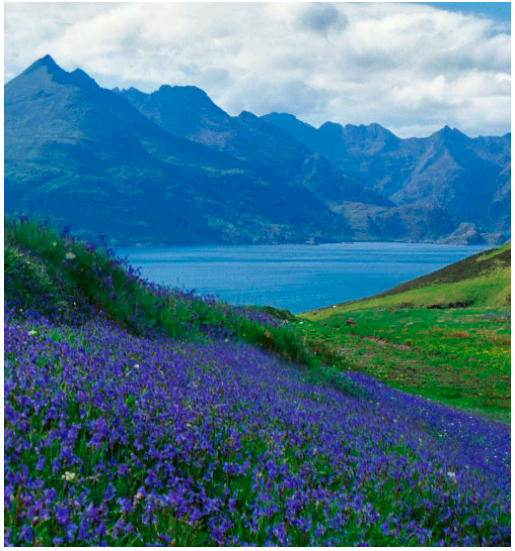
Crosschannel Kampagne

Die Vorgabe des Kunden lautete: High Quality Traffic auf der VisitScotland-Homepage generieren, Newsletter-Anmeldungen erhöhen und Reisebuchungen erzielen. Eigentlich eine simple Zielvorgabe, trotzdem keine einfache Umsetzung. Denn so vielfältig wie die Werbemöglichkeiten im Netz sind auch die Nutzungsgewohnheiten der Konsumenten.

Mal Desktop, dann Mobile und vom Smartphone zum Tablet – die Customer Journey kann heute schon mal zur Screen-Odyssee werden.

Deshalb setzte explido»iProspect für den schottischen Reiseverband als eine der ersten Maßnahmen auf ein übergreifendes zentrales Tracking, um alle Touchpoints der Customer Journey zu erfassen.

Um alle Stationen in der Reise des Kunden abzubilden, kombinierte die Agentur geräteübergreifend Performance Display mit SEA und SEO sowie Social Media, setzte Retargeting und Email-Marketing ein und ergänzte um TV-Sync – eine Technologie, bei der Onlinewerbung und TV aufeinander abgestimmt werden. Ein Gewinnspiel mit Kooperationspartnern aus der deutschen und schottischen Reisebranche erhöhte während der Kampagne die Aufmerksamkeit für das Reiseziel Schottland.



© 2016 explido»iProspect

TV-Serie „Outlander“ als emotionaler Katalysator

Für hohe Clickzahlen auf visitscotland.com/de sorgten die Marketingmaßnahmen parallel zur Ausstrahlung der in Schottland spielenden TV-Serie „Outlander“ auf VOX. Noch während die Episoden liefen, erhöhten die Verantwortlichen den Werbedruck Online und nutzten so den Second Screen-Effekt und die emotionale Verbindung zwischen Serie und Reiseziel für die Kampagne. Dank programmatischer Ausspielung funktionierte die Synchronisierung von TV-Inhalt und Online-Werbung äußerst effektiv.

Damit der Werbedruck die richtigen Adressaten erreichte, hatte der Einsatz von Konsumentendaten hohe Priorität. Das „Verwendbarmachen“ der Daten war dabei die größte Herausforderung in der Umsetzung. Denn in vielen Online-Kampagnen wird immer noch in Silos gearbeitet. Werbende sammeln zwar fleißig Daten, führen diese aber nicht sinnvoll zusammen. Diese Schwachstelle konnte explido»iProspect durch das zentrale Tracking Tool, das den Customer Journey Funnel sowohl auf Mobile als auch auf Desktop abdeckte, schließen.

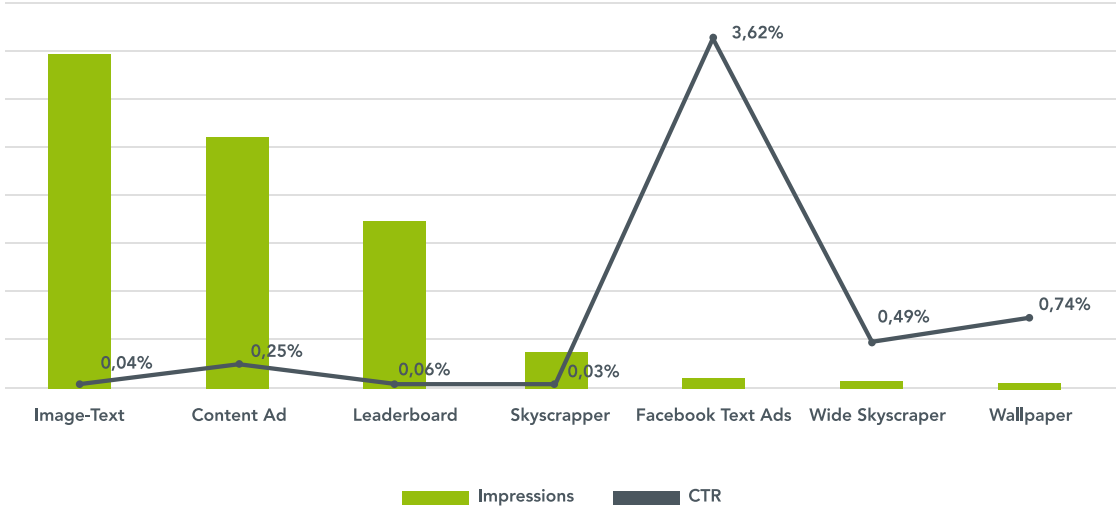
Um Nutzer und Device einander zuzuordnen – die entscheidende Aufgabe in einer Crosschannel Kampagne – verwendete man personenbezogene Identifikationsinformationen, die sowohl auf originären Daten von VisitScotland beruhten (First Party Data) als auch auf Third Party Data von spezialisierten Anbietern aus dem Bereich Travel.

© 2016 explido»iProspect

Juliane Frank
Assistant Brand Manager International
VisitScotland

„Ausschlaggebend für den Erfolg der Kampagne war explido»iProspects zentrale Steuerung aller Daten und Maßnahmen. Zusammen konnten wir so die Vorteile klassischen und modernen Onlinemarketings nutzen und die Customer Journey der Zielgruppe komplett abdecken", sagt Juliane Frank, Assistant Brand Manager International bei VisitScotland.

Die Performance der Werbemittel



© 2016 explido»iProspect

explido» iProspect

Vollständige Transparenz schafft beeindruckende Zahlen

Die umfassende Datenbasis war auch Ausgangspunkt für ein Ineinandergreifen von Performance Display, Programmatic Advertising und Retargeting.
Dabei war der permanente, offene Austausch zwischen Kunde und Agentur unerlässlich für die Effektivität der Maßnahmen: *„VisitScotland unterstütze uns dabei, dass wirklich alle Touchpoints und Datenpunkte mit in die Kampagne einfließen konnten. Die enge Zusammenarbeit hat sich gelohnt: Eine so vielschichtige Multi-Channel-Kampagne mit vollständiger Transparenz bietet einen wirklichen Mehrwert für alle Parteien, was der Kampagnenerfolg belegt*", betont Tim Schmid, Mitglied der Geschäftsleitung bei explido»iProspect.

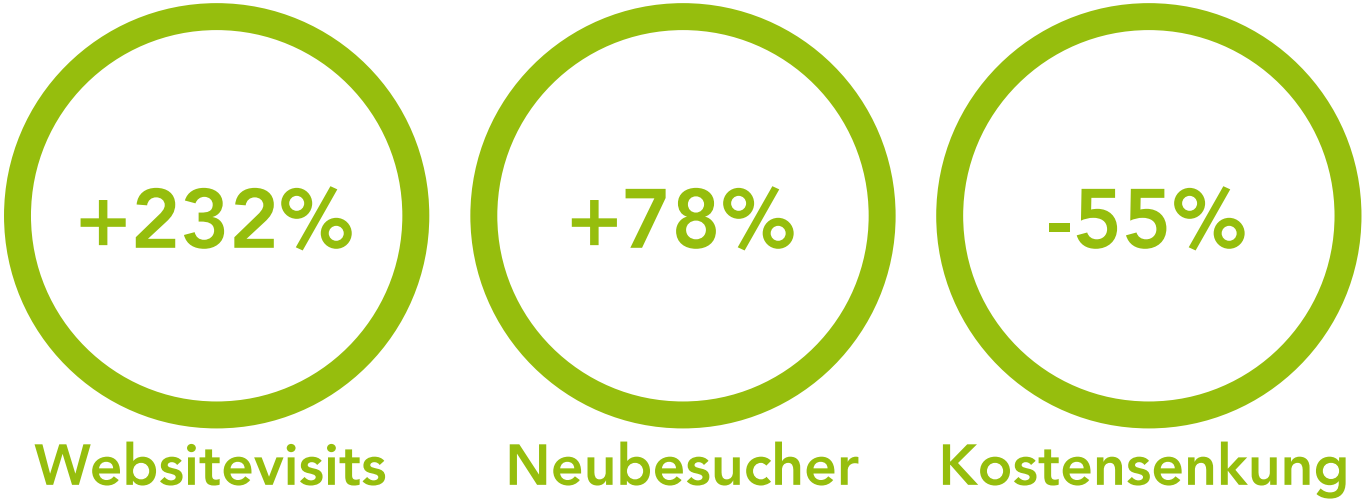
Innerhalb von knapp zwei Monaten steigerten explido»iProspect und VisitScotland die Visits auf der Website um 232 Prozent. Zusätzlich erhöhte man den Trafficanteil der Neubesucher auf 78 Prozent. Insgesamt reduzierte der Einsatz verschiedener Datenquellen, Kanäle und Maßnahmen die Kosten für die Kundengewinnung um 55 Prozent.

Die Kampagne zeigt, dass Werbetreibende sich durchaus trauen können, im Süßwaren-Regal des Online-Marketings mehrfach zuzugreifen – vorausgesetzt, die Auswahl harmoniert miteinander und die Zutaten sind von hoher Qualität.

Tim Schmid
Mitglied der Geschäftsleitung explido»iProspect

© 2016 explido»iProspect

Die Ergebnisse



© 2016 explido»iProspect

Annika Kopp
Senior Digital Media Consultant
explido»iProspect
annika.kopp@explido.de

Ingo Höhnke
Senior Planner Digital
explido»iProspect
ingo.hoehnke@explido.de

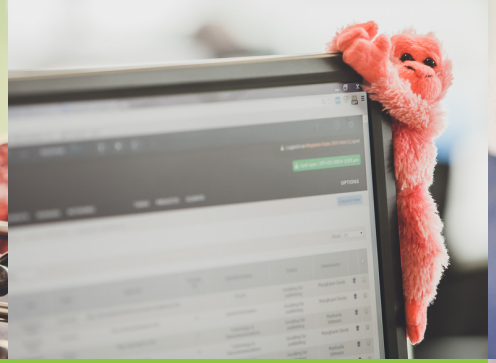
© 2016 explido»iProspect

explido » iProspect

explido»iProspect ist eine Agentur für internationales Performance Marketing. Die Experten entwickeln seit mehr als zehn Jahren erfolgreich internationale Vertriebs- und Kommunikationsstrategien für Kunden wie adidas, CosmosDirekt und Schöffel. Die Agentur beschäftigt rund 300 Mitarbeiter an den drei Standorten in Augsburg, Hamburg und Wiesbaden.

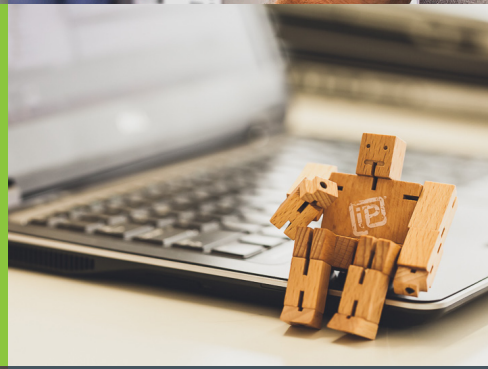
Mit dem Zusammenschluss von explido und iProspect im Februar 2014 entstand die größte Agentur für Performance Marketing in Deutschland. Ihr Geschäftserfolg basiert auf der Verknüpfung kreativer Kommunikation und effizienter Technologie mit innovativen Strategien, um die Performance, Wettbewerbsfähigkeit und Bekanntheit von Marken zu steigern.

explido»iProspect ist Teil des Dentsu Aegis Network, eine der führenden Agenturholdings und das erste globale Kommunikationsnetzwerk für das digitale Zeitalter.



Pressekontakt :
explido GmbH & Co. KG
Vanessa Johnson
Pröllstraße 28
86157 Augsburg

Tel.: +49 (0) 821 217795-0
vanessa.johnson@explido.de



explido » iProspect