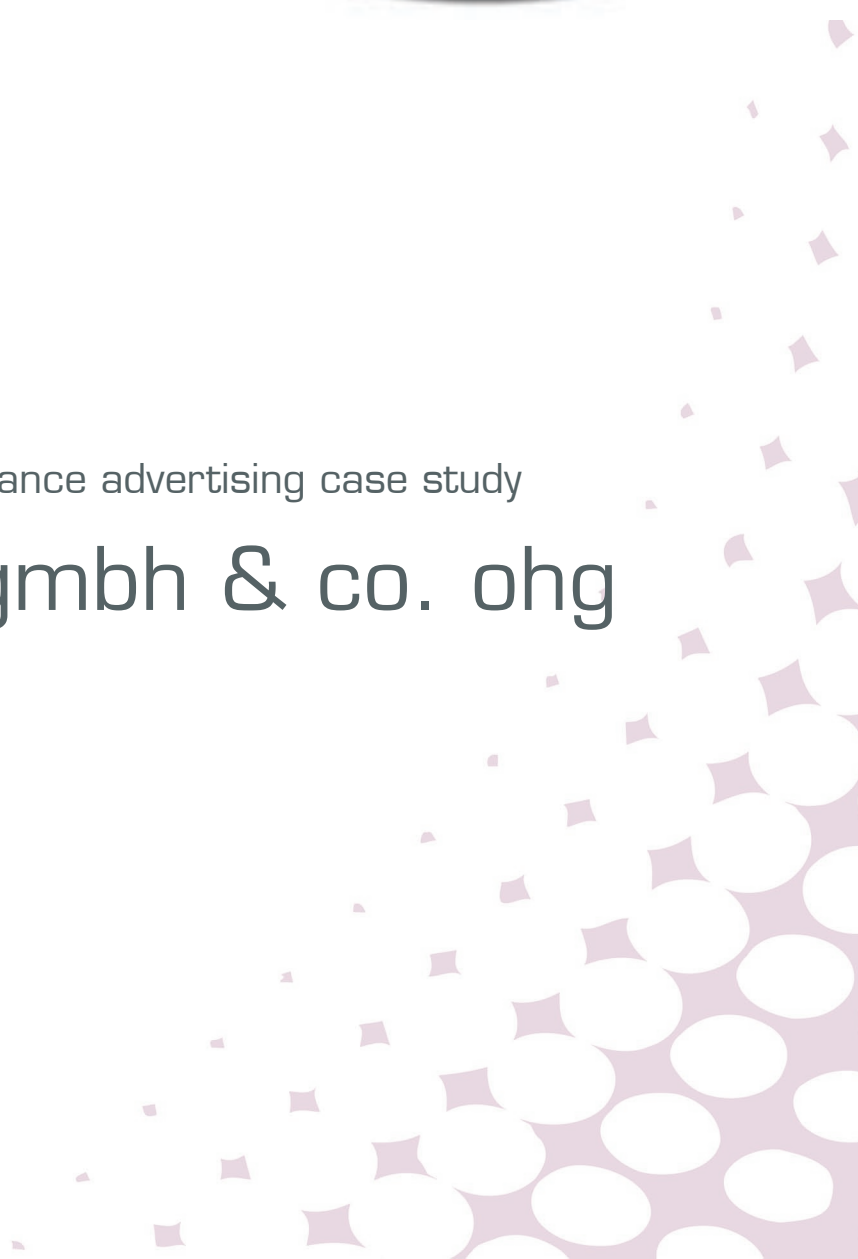


24advantage branding performance advertising case study

telefonica o2 gmbh & co. ohg

cayada



fallstudie: telefonica o2 gmbh & co. ohg

O₂

IST-Situation vor Kampagnenstart

Aufgrund einer damals bestehenden Fokussierung auf Partnerschaften mit Online-Versand Anbietern - die rein physische Gütern vertreiben - kam die Affiliate Partnerschaft mit o2 selten über ein Volumen von 10 Verkäufen pro Monat hinaus.

Ziel der Kampagne

Um der Partnerschaft in Schwung zu bringen wurde vereinbart, dass 24advantage den o2 Online-Shop mit einer Performance Advertising Kampagne auf Basis von Postview Tracking bewerben wird. Wie beim Performance Advertising üblich, stand bei der Auswahl der Werbepplatzierungen das Erreichen einer hohe Transaktionsquote im Vordergrund.

Vorbereitungen

- + Abstimmung mit der Agentur über die Postview-Richtlinien des o2-Partnerprogramms
- + Erstellung eines detaillierten Mediaplans, um die Zielgruppe zu definieren und diese mit ausreichender Reichweite und passenden Werbemittel zu erreichen
- + Bereitstellung der internen Tracking-Lösung zur kontinuierlichen Erfolgsmessung und Optimierung der Kampagne

Vorteil o2

Bereits in den ersten Tagen konnten die formulierten Kennzahlen deutlich übertroffen werden, trotz bestehender Beschränkung der maximalen, täglichen Werbeeinblendungsmenge. Die während der Kampagnenlaufzeit gewonnenen Statistikdaten dienen zur kontinuierlichen Optimierung und Steigerung der Conversion Rate. Die schrittweise Erhöhung der Kampagnenreichweite tat sein Übriges, Performance Advertising für o2 zu einer Erfolgsgeschichte zu machen. Eine Erfolgsgeschichte, die hoffentlich noch lange anhalten wird.



Drei Beispiel-Werbeträger

- + Spiegel.de
- + Mamilade.de
- + FuldaerZeitung.de

kontakt

24advantage
c/o cayada GmbH
Bergstraße 22
D-10115 Berlin (Mitte)

Tel: +49-30-526 849 52 40

Fax: +49-30-526 849 52 19

E-Mail: info@24advantage.com

Web: www.24advantage.com

www.cayada.com

twitter.com/24advantage

facebook.com/24advantage

