



ad agents

CASE STUDY

VIELE KANÄLE - EIN ZIEL: LOKALE STORES STÄRKEN

DIE HERAUSFORDERUNG

Getestet werden soll eine komplexe Kombination aus Branding und Local Advertising: Mehr Sichtbarkeit für das Angebot und mehr Store Visits für die Coop Pronto Shops in der Deutschschweiz. Die Shops sollen mit ihrem frischen und zusätzlich auch saisonalen Angebot sowie ihren attraktiven Öffnungszeiten von oftmals 365 Tagen im Jahr wahrgenommen werden. Und das Kernelement über allem: Die lokale Steuerung, damit die Zielgruppe direkt zum naheliegenden Shop geleitet wird.

STRATEGIE & UMSETZUNG

Die ad agents hatten von Beginn an eine Multichannel-Strategie im Sinn. Damit kann die Vielschichtigkeit der Zielsetzung abgebildet werden. Zur Ausspielung kamen SEA-, Display- und Paid Social-Kampagnen, die aufeinander abgestimmt waren. Hervorzuheben ist der dynamische Ansatz der Display-Ads. Die Aktualisierung der Angebote in den Anzeigen erfolgte automatisiert und die umliegenden Shop-Locations wurden je nach Ausspielungsort dynamisch ergänzt. Sowohl für Branding gab es Kampagnen als auch für konkrete Aktionen, Angebote oder die Supercard. Im SEA wurden Brand-Kampagnen mit Reichweitschwerpunkt aufgesetzt sowie Performance-Max-Kampagnen mit dem Fokus auf Store-Visits. Auch die Paid Social Kampagnen wurden für Reichweite in einer breiten Zielgruppe und Conversion eingesetzt. Zielführend waren kontinuierliche Aktualität durch wöchentliche Anpassung der Angebote sowie die Deaktivierung performanceschwacher Formate.

coop
pronto

Die Coop Pronto Shops sind räumlich nah beim Kunden und bieten ein Basissortiment mit vielen Coop-Eigenprodukten sowie eine große Auswahl an Frischeprodukten. Für den kleinen Einkauf zwischendurch oder unterwegs. Die Shops werden im Franchisesystem betrieben und sind häufig an Tankstellen angegliedert.

ad agents GmbH
Tel. +49 7032 9969800
info@ad-agents.com
www.ad-agents.com





ad agents

DIE ERGEBNISSE

Die Erfolge der Testkampagne können sich sehen lassen. Bei den Display Ads haben die Ballungszentren einen starken Impact auf die Ausspielung. Hier ist die Datenqualität hoch und entsprechend gut die Performance. Die Anzeige der umliegenden Shops im Displaybanner bot direkten Anreiz, den Shop aufzusuchen. Großflächige Ausspielung beim Geotargeting hat sich bewährt. Die Performance-Max-Kampagnen hatten im SEA eine deutlich höhere Ausspielung als die Brandkampagnen und haben maßgeblich zur Erhöhung der Store Visits beigetragen.

Die Paid Social Lead-Kampagne war auf die Optimierung von Gutschein-Downloads ausgerichtet und lief ausgesprochen erfolgreich und wirtschaftlich. Die Gutscheine konnten vor Ort eingelöst werden, so dass eine direkte Messung der Conversion möglich war.

-80 %

Kosten pro Ladenbesuch
PMax vs. Search

+300 %

monatl. Store Visits
PMax vs. Search

15 %

Einlösequote von
GutscheinCodes

Die richtige Kombination mit Full-Funnel-Ansprache brachte einen überraschend hohen und messbaren Uplift der Store Visits.

„Wir schätzen die Vielseitigkeit, Kreativität und die enge Zusammenarbeit mit den ad agents. Nur so gelingt es, 40 unterschiedliche Werbeangebote in verschiedenen Kanälen in mehreren Städten ideal an unsere Zielgruppen zu kommunizieren. Die ehrliche und transparente Kommunikation und die kontinuierliche Optimierung während der Kampagne haben zu sehr viel Reichweite, Conversions und Ladenbesuchen in unseren Shops geführt - und dies auch weit über die Stadtgrenzen hinaus.“

Michael Mohler, Leiter Digitale Services/CRM, Coop Mineraloel AG

ad agents GmbH
Tel. +49 7032 9969800
info@ad-agents.com
www.ad-agents.com

