

Große Reichweite binnen 48 Stunden: McDonald's mit Google Display-Netzwerk Blast erfolgreich



- 40 Millionen Impressions in 48 Stunden
- 12 Millionen Unique User
- Click-through-Rate: 0,11 Prozent

Die Mediaagentur Heye OMD nutzte für ihren Kunden McDonald's in der Vorweihnachtszeit des Jahres 2010 einen Google Display-Netzwerk Blast, um in der Kernzielgruppe der 14- bis 29-Jährigen das Angebot „sms – schnell mal sparen“ zu bewerben. Binnen 48 Stunden wurden mit 40 Millionen Anzeigen-Ausspielungen 12 Millionen Unique User erreicht.

Für McDonald's war der Google Display-Netzwerk Blast ein sehr effizientes Mittel, um binnen kürzester Zeit in der Kernzielgruppe eine große Reichweite für das Angebot „sms – schnell mal sparen“ aufzubauen.

Sven Metzsig,
Director Digital Media,
Heye OMD GmbH

Mehr Informationen zu den Targeting Optionen unter

<http://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=de&answer=99502>
und
<http://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=de&answer=66761>

Über 1.300 Restaurants, täglich 2,69 Millionen Gäste, ein Nettoumsatz von mehr als 3 Milliarden Euro: Das ist die eindrucksvolle Bilanz von McDonald's Deutschland Inc. im Jahr 2010. Seit 1977 sorgt der weltweite Marktführer in der Systemgastronomie auch hierzulande für „einfachen und lockeren Genuss“. Um die Kernzielgruppe der 14- bis 29-Jährigen zu erreichen, schaltete das in München ansässige Unternehmen in der Vorweihnachtswoche (13. bis 15. Dezember) einen Google Display-Netzwerk Blast. Das Ziel war es, „für die Einstiegsprodukte von McDonald's, nämlich das Einstiegs-Angebot „sms – schnell mal sparen“ – in kürzester Zeit eine sehr große Reichweite aufzubauen“, berichtet Sven Metzsig, Director Digital Media der betreuenden Münchner Mediaagentur Heye OMD GmbH. Zum Einsatz kamen Banner-Standardformate, darunter Superbanner, Skycraper und Medium Rectangles, die bevorzugt in Spiel-, Entertainment- und Online-Communities geschaltet wurden.

Beeindruckende Leistungswerte

Um die Kernzielgruppe optimal anzusteuern, wurden Placement Targeting und Topic oder Themenbezogenes Targeting als Optionen verwendet. Die erste Option ermöglicht es, gezielt einzelne Seiten für die Anzeigenplatzierung auszuwählen, mit der Wahl der zweiten Option kann eine große Reichweite generiert werden, weil man kontextuell bestimmte Themen leicht abdeckt. Zur Preisfestsetzung wurden Cost-per-Thousand-Impressions (CPM, Kosten je tausend Impressions) gewählt. Das Ergebnis war beeindruckend: „Im 48-Stunden-Zeitraum wurden 40 Millionen Anzeigen-Ausspielungen erzielt. Die Zahl der Klicks betrug 45.650, was einer Click-through-rate (CTR) von 0,11 Prozent entspricht. Insgesamt wurden 12 Millionen Unique User gemessen“, berichtet Sven Metzsig. Ungefähr die Hälfte aller Ausspielungen fand „above the fold“ statt, die Banner waren also beim Laden einer Seite sofort zu sehen. Um eine möglichst breite Streuung in der Zielgruppe zu erreichen und je Nutzer die Werbemittel nicht zu häufig auszuspielen, setzte Heye OMD als Option ein Frequency Cap von vier Impressions. „Capping kann ein gutes Mittel sein, um die Klickraten zu steigern“, erläutert der Heye OMD Director Digital Media. Die Features „Above the fold“ und „Frequency Cap“ stehen Werbungtreibenden ohne zusätzliche Kosten zur Verfügung.

Am Ziel: Große Reichweite in kürzester Zeit

Die Vorgabe, mit dem Google Display-Netzwerk Blast binnen kurzer Zeit sehr viele Nutzer zu einem günstigen Preis zu erreichen, wurde eingehalten. „Ich sehe den Blast primär als Mittel, um kurzfristig Bruttoreichweite, also Gesamtkontakte, und Nettoreichweite, also effektive Unique User, aufzubauen und Aufmerksamkeit zu schaffen. Diesen Zweck erfüllt es wirklich sehr, sehr gut“, so Sven Metzsig. Er verweist zudem darauf, dass damit gerade auch im Long Tail-Bereich viele, für die Zielgruppe relevante Seiten abgedeckt werden konnten. Insgesamt, so sein Fazit, „ist es eine wirklich effiziente Aussteuerung, um sehr schnell eine sehr große Reichweite zu erzielen.“

Kontaktieren
Sie unser
Google Office

Google Germany GmbH
ABC-Straße 19 | 20354 Hamburg
Tel. +49 (0)40 80 817-0