

babyartikel.de nutzt das Google Display Netzwerk: Verkaufserlöse 300 % über dem Werbebudget



- Google Display Netzwerk als Verkaufsinstrument, Erlöse liegen 300 Prozent über eingesetztem Werbebudget
- 45 Mio. Ad-Impressions in den ersten drei Monaten
- Seit Februar 2011: 345.000 Klicks, gut 1000 Conversions

Mit babyartikel.de betreibt KP Family International seit 2009 einen erfolgreichen Online-Shop, der auf vielen Kanälen beworben wird. Seit Februar 2011 setzt das Unternehmen Banneranzeigen im Google Display Netzwerk ein. Neben den erwarteten Branding-Effekten konnte auch der Absatz signifikant gesteigert werden.



Wir haben gut 1000 direkte Conversions gehabt. Die Werbemaßnahmen haben sich von selbst finanziert, unsere Erwartungen sind übererfüllt. Die Verkaufserlöse lagen um 300 Prozent über dem fünfstelligen Investment.

Christian Gleichmann,
Head of Marketing und
E-Commerce, KP Family
International GmbH

KP Family International startete im Jahr 2007 mit dem Ziel, 50 Filialen zu gründen. Nach vier Eröffnungen nahm das mittelständische Unternehmen einen Strategiewechsel vor. Denn „wir haben schnell bemerkt, dass sich das Filialgeschäft drastisch veränderte und sich die Käufe mehr und mehr ins Internet verlagerten“, erinnert sich Christian Gleichmann, Head of Marketing und E-Commerce bei KP Family. Daraufhin wurde im Januar 2009 www.babyartikel.de eröffnet. Der Online-Shop richtet sich an die Eltern der knapp 700.000 Babys, die jährlich hierzulande zur Welt kommen. Bisläng umfasst das Angebot Artikel für Schwangerschaft, Babys und Kleinkinder bis zu einem Alter von drei Jahren. Der Shop-Umsatz ist seit dem Start stetig und kräftig gewachsen.

Attraktive Website und mehr Werbedruck mit AdWords

KP Family nutzt zahlreiche Online-Kanäle, darunter Google AdWords und Affiliate-Marketing, um Kunden in den Webshop zu führen. Dort erwartet die potenziellen Käufer eine durchdachte Kombination von Angeboten und Hintergrundinformationen, etwa optisch attraktive Produktdarstellungen sowie eigens produzierte Produktvideos. Anfang Februar 2011 startete das Unternehmen dann eine neue Werbekampagne im Google Display Netzwerk (GDN). „Wir stellten fest, dass wir in der Suche gut aufgestellt waren. In Zusammenarbeit mit unserem Google Account Manager entschlossen wir uns, nun das GDN anzugehen. Unser Ziel war es, die Markenbekanntheit weiter zu stärken und noch mehr Traffic zu generieren“, berichtet Christian Gleichmann.

Google Display Netzwerk: höhere Markenbekanntheit, mehr Absatz

Marketingleiter Gleichmann und sein Team („Wir machen alles inhouse.“) versuchten, die Streuverluste durch exaktes Placement, klare Zielgruppenfestlegung und relevante Keywords einzugrenzen. Kurz nach Kampagnenstart wurde ein Conversiontracking integriert und mit dem kostenlosen Instrument Google Analytics kombiniert. Schon nach kurzer Zeit stellten sich größere Erfolge ein. Von Februar bis Mai wurden die Banneranzeigen 45 Millionen Mal ausgespielt und 345.000 Klicks erzielt. In puncto Branding war KP Family damit rundum zufrieden. Zusätzlich überraschten allerdings die Verkäufe. „Wir hatten seit Februar gut 1000 direkte Conversions“, erzählt Christian Gleichmann. Ohne absolute Zahlen zu nennen, sagt er, dass die Verkaufserlöse um 300 Prozent über dem fünfstelligen Investment lagen. „Die Werbemaßnahmen haben sich von selbst finanziert. Unsere Erwartungen sind übererfüllt“, so der Head of Marketing und E-Commerce. Christian Gleichmann ist von der Vielfältigkeit des Google Display Netzwerks begeistert: „Neben den starken Branding-Effekten hat zweifelsohne der Absatzerfolg unsere Erwartungen übertroffen. Wir haben zusätzlich gut 6000 View-Through-Conversions gezählt“, berichtet er. Das sind Verkäufe, die nicht direkt nach einem Klick auf das Banner, sondern erst zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen. KP Family bereitet bereits den nächsten Coup mit Google AdWords vor: Seit kurzem gibt es einen YouTube-Kanal mit Beratungsvideos zu den Produkten. „Die ersten YouTube Kampagnen mit Google AdWords stehen schon – mit positiven Auswirkungen auf Branding und Absatz“, fügt Marketingleiter Gleichmann freudig hinzu.

Kontaktieren
Sie unser
Google Office

Google Jumpstart
ABC-Straße 19 | 20354 Hamburg
E-Mail: neukunden@google.com