

Fahrtenvermittler Cabify erhöht mit Zemanta App Downloads um 50%

Zemanta[™]
an **Outbrain** Company



Produkte

Budget-Optimierung
Mobile Targeting
Geo-Targeting

Branche

Technologie

Ziele

Awareness
App Downloads
Fahrtenbuchung

Überblick

Cabify ist eine Mobilitäts-Technologieplattform, die private Nutzer und Anbieter unterschiedlicher Verkehrsmittel miteinander verbindet. Cabifys Modell von Mobility as a Service (MaaS) ist speziell auf Städte in Lateinamerika sowie Spanien und Portugal zugeschnitten, um die dortigen Lebensbedingungen zu verbessern. Das Unternehmen will die Überlastung auf den Straßen verringern, indem es eine Alternative zu Privatfahrzeugen für eine sichere und effiziente Mobilität bietet. Cabify wurde 2011 in Madrid gegründet und expandierte schnell nach Mexiko, Panama, die Dominikanische Republik, Kolumbien, Ecuador, Peru, Brasilien, Chile und Argentinien. Die Plattform zeichnet sich durch die Beschäftigung lokaler Mitarbeiter und die Schaffung hochwertiger Arbeitsplätze in einer von Technologie und Innovation geprägten Branche aus.

Durch die Nutzung von Zemanta Z1, der ersten DSP, die speziell für Native Advertising entwickelt wurde, war Cabify in der Lage, die Effizienz des programmatischen Einkaufs mit der Effektivität von Native Advertising zu kombinieren.

Lösungen

Cabify setzte auf eine 2-stufige Konvertierungsstrategie: **App-Download** und die **Buchung der ersten Fahrt**. Über Zemanta konnte Cabify eine programmatische Kampagne umsetzen und sie auf Engagement optimieren. Die Kampagne basierte auf zwei verschiedenen Targeting-Kriterien: **Geo- und Geräte-Targeting**. Geo-Targeting wurde auf Regionen und Städte ausgerichtet, in denen Cabify die Kundenbasis erweitern und die Brand etablieren wollte. Das Device Targeting wurde über das Placement Targeting von Zemanta umgesetzt (Mobile In-App vs. Mobile Website).

Ergebnisse

-3,7%

Niedrigerer CPC als Zielvorgabe

50%

Erhöhung der App-Downloads





■ Erfahrung

Weil Zemanta sich sehr stark auf die Performance-getriebene Ausspielung von Kampagnen fokussiert, können Marken wie Cabify Kampagnen gemäß Post-Click-Indikatoren optimieren (Verweildauer, Bounce Rate, Lead Generation, CPA, etc.). Möglich machen dies die einzigartigen First-Party-Analytics von Z1. Zemanta übertraf die CPC-Ziele der Kampagne um 3,7% und sorgte zudem für die notwendige Skalierung: Die Anzahl der App-Downloads stieg im Monatsvergleich um 50%.

■ Optimierungen

Folgende Optimierungen wurden ausgeführt, um diese herausragenden Ergebnisse zu erzielen:

- **CPA-Optimierung** - weist genau den Publishern mehr Budget zu, die die besten Conversion Rates erzielen
- **Budget-Optimierung** - teilt den Anzeigengruppen Budget zu, die die besten Ergebnisse erreichen
- **Placement Targeting** - targeted entweder Traffic von mobilen Websites oder In-App-Traffic
- **Publisher Blocking** - schließt Publisher aus, die keinen Beitrag zum Ergebnis leisten
- **Bid-Modifizierung** - erhöht oder reduziert Bids für bestimmte Publisher

■ Fazit

“Native Advertising ist die zweitwichtigste Download-Quelle für unsere Outreach & Awareness-Kampagne und die kostengünstigste sowie effizienteste in Bezug auf den Cost-per-Engagement. Bis heute war Native unser effizientester Kanal! Die Zusammenarbeit mit einem innovativen Werbepartner wie Zemanta passt gut zu unseren Zielen. Wir schätzen besonders die Transparenz, die es uns ermöglicht, SSPs und Publisher auf die Whitelist oder Blacklist zu setzen, sowie die Möglichkeit, auf bestimmte Publisher zu bieten. Unser Hauptziel ist es, eine relevante Platzierung auf lokalen Premium-Websites zu einem effizienten Preis zu erreichen.”

Paula Aranegui, Digital Marketing Coordinator Spanien & Portugal, Cabify