



Dolead reduziert mit Outbrains Conversion Bid Strategy den CPL um 20%

Branche	Ziele	Produkt
Technologie	Reduzierte CPLs & Conversions	Conversion Bid Strategy

Überblick

Dolead, ein Spezialist für Lead-Generierung über bezahlte digitale Kanäle in Europa und den USA, kombiniert Technologie mit einem branchenorientierten Ansatz, um eine kontinuierliche Verbesserung des ROI für Kunden zu ermöglichen. Seit 2018 nutzt das Unternehmen Outbrain, um Leads zu wettbewerbsfähigen CPAs zu generieren.

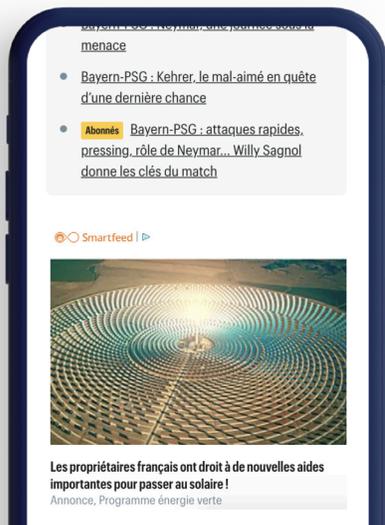
Auf der Suche nach qualifizierten Leads zu hervorragenden Konditionen, besonders in den Bereichen Versicherung, Energie und Bildung, testete Dolead Outbrains Conversion Bid Strategy (CBS). Ziel war die Verbesserung der Profitabilität mit einer optimierten CPL-Strategie.

Lösung

Conversion Bid Strategy ist ein Tool, welches abhängig vom Ziel Kampagnen automatisch hinsichtlich der am besten performenden Platzierungen und Zielgruppen optimiert. Dolead setzte dabei auf zwei CBS-Modi, um mit ihrer Kampagne effizient Leads zu generieren:

Semi-Automatic: Dieser CBS-Modus erlaubte es Dolead, ihre Sichtbarkeit im gesamten Outbrain-Netzwerk zu diversifizieren und wertvolle Daten (Klicks, CTR und CPC) zu sammeln, um die Publisher mit den besten Conversion Rates herauszufiltern.

Target CPA: Dolead nutzte anschließend den Target-CPA-Modus, um ein definiertes CPA-Ziel zu erreichen und Conversions in Echtzeit durch CPC-Optimierung zu maximieren. Der Target-CPA-Modus übertrifft oftmals sogar den ursprünglich festgelegten Ziel-CPA.



Ergebnisse

Doleads regelmäßige A/B Tests der Creatives spielten eine wichtige Rolle für den Erfolg der Kampagne.

-20%

vs. Ziel-CPL

+33%

CVR vs. Wettbewerber-Benchmarks

„Nachdem wir die Semi-Automatic Conversion Bid Strategy von Outbrain angewandt hatten, beschlossen wir, den Target CPA-Modus zu testen, der unserer Meinung nach besser zu unserer Lead-Generierungsstrategie passte. Die erzielten Ergebnisse waren sehr zufriedenstellend, da wir unseren CPA um 20% reduzierten und gleichzeitig eine Konversionsrate von +33% im Vergleich zu den Benchmarks der Konkurrenz erreichen konnten. Aufgrund dieser Leistung haben wir unser Outbrain-Budget im Jahr 2021 bisher um 55% erhöht.“

– Kevin Bucher, Head of Social & Native Ads, Dolead