

SlopeLift setzt für ASTRA Display & Video-Kampagne mit Betaversion des YouTube Video Builders um

Die Performance-Marketing-Agentur mit Standorten in Wien, München, Bratislava, Zürich und Los Angeles erreichte mit dem neuen Kampagnen-Tool von Google/YouTube eine Steigerung der Click-Through-Rate um 55 Prozent.

Wien, 17. März 2021. Wie man die Kampagnenziele des Satelliten-Betreibers ASTRA mittels innovativer Digital-Marketing-Maßnahmen besser und effizienter erreicht, stellte die Wiener Performance-Marketing-Agentur SlopeLift mit weiteren Standorten in München, Bratislava, Zürich und Los Angeles, jüngst unter Beweis. SlopeLift hat sich der Betaversion des YouTube Video Builders bedient, um für ASTRA eine Kampagne auf die Beine zu stellen, in deren Rahmen die Click-Through-Rate (CTR) mittels Verwendung von Display-Anzeigen mit Video-Anzeigen im Vergleich zur Nutzung von statischen Display-Anzeigen deutlich gesteigert werden konnte.

Konstantin Kasapis, Gründer und Geschäftsführer von SlopeLift, erklärt: „In Form der YouTube Video Builder Beta haben wir eine clevere Technologie genutzt, um aus Texten, Logos und Bildern neue Videos zu erstellen. Wichtige Maßnahmen dabei war, die Marke ASTRA in den ersten fünf Sekunden zu zeigen und einen klaren Call-to-Action zum Besuch der Webseite einzubauen.“ Erklärtes Ziel der Kampagne des Satelliten-Betreibers ASTRA, der in ganz Europa Haushalte mit Fernseh- und Radiokanälen versorgt, war es, möglichst viele relevante Konsumenten auf die Webseite von ASTRA zu bringen.

Display & Video 360: Effizient und effektiv

„Wir haben entlang der gesamten Customer Journey eine Display & Video 360 Kampagne, also eine Kampagne, die sowohl auf Display Ads als auch auf YouTube-Anzeigen setzt, konzipiert“, erklärt Kasapis: „Durch Anreicherung der Kampagne mit Videomaterial wurde die Anzahl der ASTRA-Webseitenbesucher, die über einen Klick von Upperrfunnel Display- oder Video-Maßnahmen kommen, um 20

Prozentpunkte erhöht. Diese User zeigten besonders hohes Interesse und besuchten im Schnitt um 3,2 Prozent mehr Seiten und hatten eine um 5 Prozent niedrigere Absprungrate als der Durchschnitt.“ Insgesamt – so Kasapis – habe sich die Click-Through-Rate der Kampagne durch die Nutzung von YouTube-Anzeigen zusätzlich zu Display Ads um 55 Prozent erhöht: eine Performance, die sich sehen lassen kann, zumal ein übergreifendes Frequency Capping von 3 sicherstellte, dass die Anzahl an Ausspielungen je User effizient war.

Über SlopeLift:

SlopeLift (www.slopelift.com) ist eine Agentur für High End Digital Media und versteht sich als One Stop Shop für Digitales Marketing im DACH- und CEE-Raum. SlopeLift unterstützt Unternehmen und Marken bei der budgeteffizienten Umsetzung ihrer digitalen Mediastrategie. SlopeLift versteht sich als verkaufsorientierte Allzweckwaffe im Performance-Marketing-Bereich und verfolgt datengetriebene Ansätze: ganz egal, ob es sich um SEO, SEA, Google Shopping, Google Ads, Data Driven Marketing, FloCs, Social Media Marketing, Affiliate Marketing, Tracking, Web Analytics oder Remarketing handelt. Die Spezialagentur bietet Kunden das Komplettpaket – von der Maßnahmenplanung über die laufende Optimierung bis hin zur Qualitätskontrolle: und zwar auf Deutsch, auf Englisch und in sämtlichen osteuropäischen Sprachen. SlopeLift ist in Wien, Zürich, München, Bratislava und auch in Los Angeles – dem Epizentrum des weltweiten Digital Business – mit Offices vertreten.

Die führende Performance-Marketing-Agentur für Mittel- und Osteuropa ist zertifizierter Google- und Bing-Partner, verfügt über eine umfassende GMP Zertifizierung und besitzt das „Five Star Searchmetrics Partnerlevel“-Badge. Vom BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft) wird SlopeLift bereits seit mehreren Jahren mit dem SEA-Qualitätszertifikat & dem SEO-Qualitätszertifikat ausgezeichnet. SlopeLift betreut Kunden wie dm drogerie markt, BAWAG, XXXLutz, Wien Tourismus, Hofer, SONNENTOR, ASTRA, FAIE, Kelag, Renault, Wirtschaftsuniversität Wien, dicall, Bank Austria, Alina, Vienna Ticket Office, fidelio, Gebrüder Weiss, Hervis, Kelag, Avery Zweckform, Hanse Merkur, Hochbeet.com, Porsche Design, Schäffler, DAIKIN Industries, Miele, HomeStory, irripart24, Servus Handels- und Verlags-GmbH, Viveum, Szabo Scandic, Xvise, Vienna International

*Airport, Schaeffler, blün, Feragen, Zehetbauer Fertigrasen, Hollywoodschaukel
Paradies, JETZT Konferenzen und Red Zac.*

++ENDE++++ENDE++++ENDE++

Bildtexte:

Konstantin Kasapis, SlopeLift-Founder und Geschäftsführer: „In Form der YouTube Video Builder Beta haben wir eine clevere Technologie genutzt, um aus Texten, Logos und Bildern neue Videos zu erstellen. Wichtige Maßnahmen dabei war, die Marke ASTRA in den ersten fünf Sekunden zu zeigen und einen klaren Call-To-Action zum Besuch der Webseite einzubauen.“

Durch Anreicherung der ASTRA-Kampagne mit Videomaterial wurde die Anzahl der ASTRA-Webseitenbesucher, die über einen Klick von Upperfunnel Display- oder Video-Maßnahmen kommen, um 20 Prozentpunkte erhöht.

Download Fotos:

<https://we.tl/t-fAYQmdcMSx>

Fotocredit:

Michael Kobler/SlopeLift

Für Rückfragen:

Konstantin Kasapis, SlopeLift, 0699 19 02 29 84, konstantin.kasapis@slopelift.com