

# Generali Schweiz: 72,5 % mehr Conversions mit der Kampagnenoptimierung

## HERAUSFORDERUNGEN

- Statisches Budget pro Channel
- Nicht realisiertes Potenzial
- Datenkomplexität
- Zeitaufwändige manuelle Kampagnenoptimierung
- Fehlende Transparenz

## DIE LÖSUNG VON NEXOYA

Als Ergebnis konnte das Projektteam durch die Anwendung der KI-gesteuerten Kampagnenoptimierung von nexoya eine kumulierte Steigerung der Hard-Conversions um 72,5 % und 38,44 % mehr Einträge in den Prämienrechner erzielen.

All dies innerhalb von drei Monaten und sechs Optimierungsrunden und bei gleichem Budget.

Darüber hinaus ermöglichte nexoya eine volle Transparenz über alle Multi-Channel-Always-On-Kampagnen.

## WICHTIGSTE VORTEILE

- Dynamisches Cross-Channel-Budget
- +72,5% Conversions +38,44% Micro-conversions
- Alle Daten in einer Plattform
- Innovative Herangehensweise mit KI und Prognosen für den kommenden Zeitraum
- Volle Transparenz
- Datengesteuerte Entscheidungen



## Unternehmen im Überblick

- Unternehmen: Generali
- Branche: Versicherung
- Hauptsitz: Adliswil & Nyon
- Grösse: 1800 Mitarbeiter
- Typ: Aktiengesellschaft
- Optimierte Marketing Kanäle: Instagram, Facebook, DV 360 (programmatic), Google ads (Display)



“72 % mehr Conversions  
in nur drei Monaten dank  
der künstlichen  
Intelligenz von nexoya.“



**Mike Fuhrmann,**  
CMO bei Generali