

## Eine Jeep® Erfolgsgeschichte: 39% mehr Testfahrten in einem Monat mit Nexoya's Kampagnenoptimierung

### DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN

- Stark umkämpfter Markt
- Zeitaufwändiger Prozess der Datenanalyse
- Hohe Kosten pro Probefahrtanfrage
- Riesige Datenmengen
- Keine ganzheitliche Sicht über mehrere Marketingkanäle

### DIE LÖSUNG VON NEXOYA

Nach einem kurzen Einführungsprozess war Jeep® in der Lage, alle seine Daten an einem Ort zu sammeln und mehr Einblicke in seine kanalübergreifenden Marketingleistungen zu erhalten.

Mit Nexoya konnte das Marketingteam den Algorithmus für sich arbeiten lassen und hatte mehr Zeit für strategische und kreative Aufgaben.

Dank Nexoya's KI Algorithmen generierte das Team bereits nach wenigen Wochen 39% mehr Konversionen, indem es einfach die vorgeschlagene Budgetzuweisung anwandte.

### WICHTIGSTE VORTEILE:

- 39% mehr Konversionen (Anfragen für Probefahrten)
- Signifikante Senkung der Kosten pro Probefahrtanfrage um 28%
- Eine ganzheitliche Sicht auf Marketing-KPIs über mehrere Kanäle hinweg
- Ein klarer Blick auf die Leistung innerhalb der verschiedenen Konversionsstufen
- Ausschöpfung des gesamten Potenzials von Marketingmassnahmen

# Jeep®

### Unternehmen im Überblick

- Unternehmen: Stellantis - Jeep®
- Agentur: Publicis Media
- Branche: Automobile
- Hauptsitz: Amsterdam, Niederlande
- Grösse: 400k + Mitarbeiter (weltweit)
- Typ: Unternehmen
- Optimierte Marketing-Kanäle: Facebook/Instagram, LinkedIn, DV360



"In nur einem Monat konnten wir mit Nexoya 39% mehr Conversions erzielen und unseren CPL um 28% senken, das ist bemerkenswert!"



**Rico Helmrich**

Marketing F&B /  
Communication Manager  
Jeep®