

Die Erfolgsgeschichte von Mobiliar: Vollautomatische Budgetzuteilung unseres Cross-Channel-Portfolios

DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN

- Manuelles Tracking der Performance über Kanäle und Produkte hinweg
- Unterschiedliche Conversion-Werte für Produkte
- Manuelle Anpassungen von Budgets in Kampagnen
- Top vs. Low Funnel Kampagnen: Abdeckung des gesamten Spektrums ihres Funnels

DIE LÖSUNG VON NEXOYA

Dank Nexoyas vollautomatischer Budgetzuweisung gab es einen reibungslosen Prozess zur Anpassung des Budgets über alle Kampagnen hinweg.

Die automatisierte Budgetzuweisung ermöglichte es der Mobiliar, das Portfolio aller Werbekampagnen automatisch anzupassen. Dies reduzierte die Fehlerquote bei der Budgetvergabe. So konnte die Mobiliar vermeiden, das Marketingbudget für unwirksame Aktivitäten zu verschwenden. Das Ergebnis: Die Mobiliar steigerte ihre Produktaufrufe im Top Funnel um 72%, und 51% mehr Nutzer berechneten die Prämie.

WICHTIGSTE VORTEILE

- Beseitigung der menschlichen Fehleranfälligkeit durch automatisierte Budgetvergabe
- Gewonnene Effizienz bei kanalübergreifenden Werbeaktivitäten
- Transparenz über Marketingtaktiken
- Ausnutzung der Saisonalität von Produkten
- Signifikant mehr Conversions

die Mobiliar

Unternehmen im Überblick

- Unternehmen: Mobiliar
- Branche: Versicherung
- Hauptsitz: Bern, Schweiz
- Grösse: 5,856
- Typ: Gesellschaft
- Optimierte Marketing-Kanäle: Google ads, Bing ads, Facebook ads, Display & Video 360



"Mit Hilfe von Nexoya konnten wir unser gesamtes Funnel-Spektrum besser verstehen und die Conversions steigern."



Caroline Bleuer
Digital Marketing Manager
bei der Mobiliar