



Erfolgsgeschichte von Skribble: Wie Nexoya zeitaufwändige operative Arbeit automatisierte und den CPL um 54% gesenkt hat

HERAUSFORDERUNGEN

- Zeit für strategische und taktische Entscheidungen zu schaffen, um weiter zu wachsen
- Die Zuweisung von Budgets für verschiedene Kanäle und Länder ist zeitaufwändig
- Neue Wege finden, um Konversionen und die Gesamtleistung des digitalen Marketings zu steigern

DIE LÖSUNG VON NEXOYA

Nexoya ermöglichte eine automatisierte Budgetzuweisung für die Einrichtung von Cross-Channel-Kampagnen, die Skribble mit Hilfe der Nexoya-Plattform überwachen konnte.

Dank der automatisierten Budgetzuweisung von Nexoya konnte Skribble die Verschwendung von Marketingbudgets für ineffiziente digitale Marketingaktivitäten vermeiden. Infolgedessen konnte Skribble seinen CPL (Cost per Lead) um 54% senken.

WICHTIGSTE VORTEILE

- Zeitersparnis – dadurch mehr Zeit für strategische Aufgaben
- Transparenz für kanalübergreifendes Kampagnen-Monitoring
- 6% höherer Konversionswert
- 54% niedrigerer CPL (Kosten pro Lead)
- Markteinblicke – Holistischer Überblick über die Wettbewerbslandschaft



Unternehmen im Überblick

- Unternehmen: Skribble
- Branche: IT-Dienstleistungen/SaaS
- Hauptsitz: Zurich, Schweiz
- Grösse: 54 Mitarbeiter
- Typ: Scale up
- Optimierte Marketing Kanäle: Google ads, Microsoft ads



“Mit der intelligenten Budgetzuweisung von Nexoya konnten wir unsere Marketingaufgaben automatisieren und dadurch unseren CPL um mehr als 54% senken!”



Till Graf

Growth Hacker bei Skribble