EPROFESSIONAL

WHITEPAPER

LIFESTYLE COLLECTION AD

Brandformance Boost auf Facebook

DIE GESCHICHTE

BEREICHERN SIE JETZT IHRE MID-FUNNEL MASSNAHMEN DURCH DEN EINSATZ EINER NUTZERINSPIRIERENDEN LIFESTYLE AD.

Facebook erweitert sein mobiles Brandformance-Format “Collection Ad” um ein nutzerinspirierendes Lifestyle-Template. Das Template bietet die Möglichkeit, zwischen den dynamisch angezeigten Produktgallerien verschiedene Imagebilder im Link- oder Carousel Format sowie Bewegtbild-Komponenten zu integrieren. Der dargestellte Content kann dann mit entsprechenden Produkt-Tags versehen werden. Zur Betrachtung der Produkte muss – wie beim ursprünglichen Format - die Facebook-Umgebung nicht verlassen werden, außerdem befindet sich der Nutzer nach wie vor in der Full-Screen Ansicht. Das neue Layout bietet Werbetreibenden die Möglichkeit, die Markenwahrnehmung des Nutzers durch noch stärkere Visualisierung zu steigern und lädt zu intensiven Auseinandersetzungen mit dem jeweiligen Produkt oder der Marke ein, ohne das Abverkaufsziel stark in den Vordergrund zu stellen. Entspanntes Stöbern im Lieblingskatalog, und das bequem vom Smartphone aus.

Nachdem sich bereits die klassische Version der Collection Ad vor allem innerhalb der Branchen Fashion, Interior sowie FMCG als überaus performancestarkes Format, vor allem im Hinblick auf Klickrate und Cost per Click erwiesen hat, haben wir die spannende Erweiterung unmittelbar nach dem Rollout im Oktober für einen unserer Fashion-Kunden getestet.

DAS ZIEL

ENGAGEMENT ZWISCHEN USER UND AD STEIGERN MITTELS NEUER BRANFORMANCE-FORMATE.

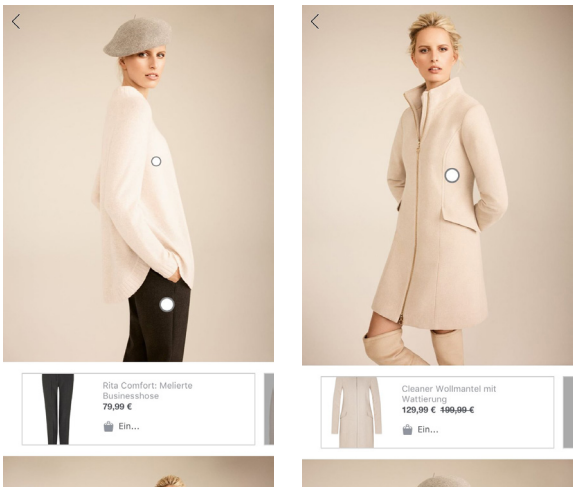
Ziel der Kampagne, welche innerhalb unserer kundenspezifischen Full-Funnel Kampagnenstrategie als Teil der Mid-Funnel Phase eingesetzt wurde, war es, den Nutzer für die Produkte der neuen Winter-Kollektion zu begeistern und somit die Conversion-Wahrscheinlichkeit zu erhöhen. Hierbei sollte gleichzeitig der Abverkaufsfokus möglichst gering gehalten werden. Inspiration und spielerisches Entdecken des Angebots standen gemäß des Format-Ziels im Fokus.

DER ERFOLG

HOHE KLICKRATEN UND ÜBERDURCHSCHNITTLICH GÜNSTIGE TRAFFIC-KOSTEN.

Deutlich stärkere Traffic- und Interaktionswerte, vor allem im Vergleich zum klassischem Collection Ad Format.

- Extrem niedrige Traffickosten, sowohl Inbound als auch Outbound
- Überdurchschnittlich hohe Klick- und Interaktionsraten
- Steigerung der Sales und erhöhtes Umsatzvolumen in parallel laufender Performance-Kampagne mit gleichem Thema, nachdem die Lifestyle Collection Ad live ging



KPIS

DIE WICHTIGSTEN KPIS IM ÜBERBLICK

-50%

KOSTENREDUKTION COST PER ENGAGEMENT

+17%

CTR CLICK OUTS

-50%

KOSTENREDUKTION COST PER LINKCLICK

DIE STÄRKE

FOKUS AUF NUTZERINSPIRIERENDEN CONTENT ANSTATT REINER ABVERKAUF

Bereits dem klassischen Format der Collection Ad gelingt ein Spagat zwischen Branding und Performance. Im Vergleich hierzu weist das neue Lifestyle Template durch seine neuen Gestaltungsmöglichkeiten ein noch höheres „Brandformance"-Potential auf, da es dem Nutzer erlaubt, innerhalb der Anzeige durch verschiedene Image, Video- und Textelemente auf inspirierende Art und Weise in die Produktwelt der entsprechenden Brand einzutauchen.

ZITAT

„Mit der Lifestyle Collection Ad konnten wir den Traffic zu einem extrem günstigen CPC enorm ankurbeln und gleichzeitig dem Nutzer ein Format an die Hand geben, welches ihn durch verschiedene Lifestyle Outfits innerhalb einer Ad als Inspirationsquelle diente. Gleichzeitig konnten wir die Interaktion des Nutzers mit der Ad in unserem Mid-Funnel immens steigern."

VALESCA EREN, PROJEKTMANAGERIN

SOCIAL MEDIA ADVERTISING

EPROFESSIONAL GMBH

PRODUKTE

FACEBOOK

GOALS

INTERAKTION MIT DEM NUTZER STEIGERN GEMÄSS FULL FUNNEL STRATEGIE

BRANCHE

FASHION