

Neustrukturierung steigert Kampagnenperformance

Kare

KARE



Über Kare:

Kare ist ein Schweizer Möbelhaus, das sich auf den Vertrieb eigener stilvoller und innovativer Möbel sowie Wohnaccessoires spezialisiert hat. Mit einer umfangreichen Produktpalette bedient Kare Kunden in verschiedenen europäischen Ländern und bietet seine Dienstleistungen in der Schweiz in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch an.

Herausforderungen:

In der Nebensaison verzeichnete Kare erhebliche Performance-Einbußen bei seinen **mehrsprachigen Shopping-Kampagnen**. Die **ungleichmäßige Performance** beeinträchtigte die Effizienz der Budgetverwendung und verlangsamte das Umsatzwachstum.

Strategische Maßnahmen:

Um die Herausforderungen zu bewältigen, wurden die **Shopping-Kampagnen von Kare vollständig neu strukturiert**. Alle Kampagnen wurden in einer einzigen Kampagne zusammengefasst, um die Daten zu bündeln und die Gebotsstrategie zu optimieren. Durch die Zusammenlegung konnte der Algorithmus das Budget in den verschiedenen Asset-Gruppen nach Bedarf und Suchvolumen einsetzen. Die konsolidierte Struktur ermöglichte es, die Performance **in Echtzeit zu überwachen und Anpassungen** vorzunehmen, um die Effizienz zu maximieren.

Die Ergebnisse:

Die Neustrukturierung der Kampagnen führte zu einer signifikanten Verbesserung der Performance. Im Vergleich zu den Monaten April bis Dezember 2022 **stiegen die Klicks** im gleichen Zeitraum 2023 in der französischen Assetgruppe **um 407,4 %** und in der italienischen Assetgruppe **um 391,3 %**. Der **Umsatz** verzeichnete ebenfalls beeindruckende Zuwächse, mit einer **Steigerung von 366,5 %** im Französischen **und 194,2 %** im Italienischen.

+407,4%

Mehr Klicks bei der
französischen Assetgruppe

+391,3%

Mehr Klicks bei der
italienischen Assetgruppe

+366,5%

Mehr Umsatz bei der
französischen Assetgruppe

+194,2%

Mehr Umsatz bei der
italienischen Assetgruppe

Schreiben Sie Ihre eigene
Erfolgsgeschichte mit Smarketer!
www.smarketer.de/kontakt

