

## PRESSEINFORMATION

### **75 Prozent mehr Umsatz im Vergleich zu Standard Display-Advertising: QUISMA-Case für Marc O'Polo belegt die Wirkung von Retargeting bei Online-Shops**

**München, 18. April 2011** – Retargeting gilt als eines der effektivsten Instrumente im Performance-Marketing. Man versteht darunter die Wiederansprache von Usern, die bereits eine bestimmte Aktion im Netz durchgeführt haben – vom Besuch einer Website bis hin zur Online-Bestellung. Im konkreten Fall von Marc O'Polo erhöhten sich die Abverkäufe im Online-Shop durch den Einsatz von Retargeting um 75 Prozent, verglichen mit den Werten, die durch den Einsatz von Standard Display-Werbung erreicht wurden. Auch die Click-Through-Rate, welche die Anzahl der Klicks auf Werbebanner im Verhältnis zu den gesamten Page-Impressions darstellt sowie die Transaktionen sind signifikant gestiegen. Im Gegensatz dazu konnte der CPO, also die durchschnittlichen Kosten je erreichter Reaktion wie einer Bestellung, durch die Hinzubuchung der Retargeting-Kampagne deutlich gesenkt werden.

### **Ausgangssituation**

Die international tätige Performance-Marketing-Agentur QUISMA ist mit der Betreuung der Online-Marketing-Aktivitäten von Marc O'Polo beauftragt. Dies beinhaltet ganzjährige Awareness- und Abverkauf steigernde Maßnahmen in den Bereichen Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenmarketing und Display-Advertising. QUISMA erhöht die Aufmerksamkeit von Marc O'Polo im Web und führt gleichzeitig der Shop-Seite relevanten Traffic zu. Zielsetzung dabei ist, die Conversion Rate bei den Besuchern des Shops weiter zu verbessern. Diese gibt den Anteil der Kaufinteressenten an, die eine bestimmte Webseite besuchen und dabei zu Käufern werden. Hierfür wurde von QUISMA eine gezielte Retargeting-Strategie entwickelt.

### **Durchführung**

Die Umsetzung der Strategie erfolgte mit QUISMA Reprize ([www.reprize.eu](http://www.reprize.eu)), der datenschutzkonformen Retargeting-Lösung der

### KONTAKT

QUISMA GmbH  
Herr Marko Tolle  
Rosenheimer Straße 145 d  
81671 München

Telefon: 089/44 23 82-0  
Telefax: 089/44 23 82-999  
E-Mail: [marko.tolle@quisma.cor](mailto:marko.tolle@quisma.cor)

Performance-Agentur. Das Tool ermöglicht, bei einer Reichweite von über 80 Prozent im deutschen Markt, das seiten- und vermarkterübergreifende Wiederauffinden der Marc O'Polo-Shopbesucher. Diese wurden dann – entsprechend ihrer Interessen – mit produktbezogenen, dynamischen Werbemitteln erneut und gezielt angesprochen.

Technisch wurde die Retargeting-Kampagne für Marc O'Polo in drei Schritten umgesetzt:

Zuerst wurde die Seite des Marc O'Polo Online-Shops verpixelt, bevor im zweiten Schritt von diesem Pixel aus eine Schnittstelle zum Produktkatalog hergestellt wurde. Dadurch war es möglich, Informationen wie Artikelnummer, Artikelbezeichnung, Bild-URL des Artikels, Klick-Link und Produktkategorie an das Tracking-System weiterzugeben. Abschließend wurden dynamische Werbemittel ausgesteuert. Dabei wurden, dem User Retargeting-Banner für dieselben oder ähnliche Produkte gezeigt, die er sich während seines Shop-Besuches bereits angeschaut hatte.

## **Ergebnisse**

„Neben den klassischen Kanälen SEM, SEO und Display ist mit Retargeting ein wichtiger Baustein hinzugekommen, der sich als fester Bestandteil im Online-Marketing-Mix unseres Kunden Marc O'Polo etabliert hat und der in den kommenden Monaten noch stärker ausgebaut werden soll“, erklärt Ronald Paul, CEO QUISMA. „Die aus dem Retargeting resultierenden Effizienzgewinne werden anschließend in zusätzliche Reichweite investiert, um noch mehr Shop-Besucher zu generieren und weitere Neukundenpotentiale zu erschließen.“

Michael Rietdorf, Director eCommerce bei Marc O'Polo: "Im Gesamt-Marketing-Mix von Marc O'Polo spielt das Online-Marketing eine wesentliche Rolle, vor allem wenn es um messbare Ziele wie Abverkäufe geht. Wir haben uns bereits vor fünf Jahren für die QUISMA GmbH als strategischen Partner für diesen Bereich entschieden. Anfänglich konzentrierten sich die Maßnahmen auf Paid Search, sukzessive kamen dann SEO und schließlich auch der Display-Bereich

hinzu. In diesem Zusammenhang haben wir die ersten Retargeting-Kampagnen getestet, die aufgrund des guten Erfolgs mittlerweile ein fester Bestandteil in unserem Online-Marketing-Mix sind. Insgesamt sind wir mit dem bisher Erreichten sehr zufrieden und werden die Zusammenarbeit weiter forcieren."

Die Ergebnisse für diese Fallstudie wurden zwischen August und September 2010 erhoben. Seit der Hinzubuchung der Kampagne erzielte Marc O'Polo deutlich bessere Ergebnisse als bei einer herkömmlichen Display-Kampagne.

Die Studie mit allen Zahlen kann über [case@quisma.com](mailto:case@quisma.com) kostenlos angefordert werden.

### Über QUISMA

Der Full Service-Dienstleister QUISMA ist die erste Adresse unter den Online-Marketing-Agenturen Deutschlands. Das Unternehmen mit Hauptsitz in München ist 2001 von den beiden Geschäftsführern Ronald Paul und Norman Nötzold gegründet und im März 2007 in die GroupM (Mindshare, Mediacom, Mediaedge:cia, Maxus) eingegliedert worden. Das Leistungsspektrum umfasst alle Disziplinen des Performance-Marketings – von Suchmaschinenmarketing und Suchmaschinenoptimierung über Affiliate-Marketing und performance-basierter Bannerwerbung bis zu Conversion-Optimierung und Marketing Intelligence. QUISMA bietet die Expertise als größter Digital-Dienstleister mit Vernetzung zu klassischer Mediaplanung. An den Standorten München, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Wien, Zürich, Amsterdam und Warschau arbeiten über 120 Mitarbeiter für namhafte nationale und internationale Kunden wie Expedia, PUMA, Coca-Cola, DELL oder Targobank.

Für weitere Informationen und Rückfragen:

#### **QUISMA**

Marko Tolle

Director Marketing

Tel: 089/44 23 82 - 116

E-Mail: [marko.tolle@quisma.com](mailto:marko.tolle@quisma.com)

**Dot.communications**

Philip Löbbcke

Tel: 089/535 797-105

E-Mail: [p.loebbecke@dot-communications.de](mailto:p.loebbecke@dot-communications.de)