

# Hohe Awareness durch perfekte Creatives



## Ziele

Awareness

## KPI

Impressions  
Sessions

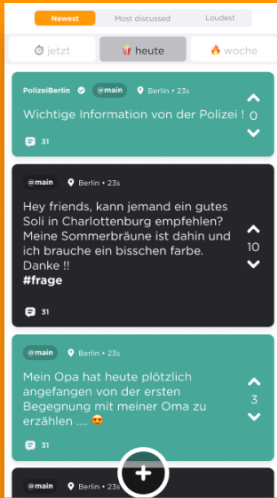
## Die Herausforderung

Scalable Capital ist ein **digitaler Vermögensverwalter (Robo-Advisor)** und **Neo-Broker**. Die Jodel-Kampagne des Fintechs hat sich ausschließlich auf den Scalable Broker fokussiert, da dieses Produkt vor allem eine junge, tech-affine Zielgruppe anspricht. Ziel der Kampagne auf Jodel war primär Awareness, um sich als Broker in einem boomenden Markt in der relevanten Zielgruppe zu platzieren und sekundär die Gewinnung neuer Depotkunden.

## Die Lösung

Um ein Höchstmaß an Awareness zu generieren wurde ein **mehrstufiger Kampagnenansatz** gewählt (mit einer Jodel-exklusiven Aktion), der zum Start mehrere aufmerksamkeitsstarke Werbemittel verknüpfte: einen **Colour Takeover** mit Sticky zur Aktion, **Boosted Posts und Display Ads**. Über ein Incentive (3 Monate kostenlos für JodlerInnen) wurden Nutzer unmittelbar angesprochen, die Marke und Funktion bereits kannten; allen anderen wurde über den Colour Takeover die Marke initial vorgestellt.

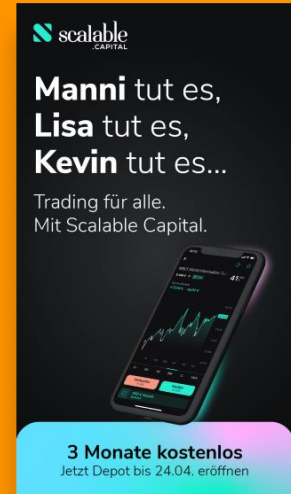
An diese Kampagneneröffnung am 25.03.21 schloss sich eine **vierwöchige Kampagne mit Display Ads** an, die in Bezug auf die Copy genau auf die Jodel-Zielgruppe ausgerichtet war. Mehr als **30 verschiedene Creatives** in unterschiedlichen Formaten vermittelten verschiedene Vorteile von Scalable und besonders das Thema ETFs wurde immer wieder zu Jodel passend platziert.



COLOUR TAKEOVER



BOOSTED POST



DISPLAY AD

## Das Ergebnis

Die gesamte Kampagne erreichte **mehr als 2,6 Millionen Impressions** (Boosted Post & Display Ads) in Deutschland und der Colour Takeover (das Einfärben des Feeds in den Farben von Scalable Capital) führte zu **mehr als 2 Mio. Sessions** an nur einem einzigen Tag. Über alle Formate hinweg ergab sich eine **CTR von 0,54 %** - auffällig war dabei, dass für die Ads ohne Incentive ein sehr hohes CTR-Niveau von über 0,7 % dauerhaft gehalten werden konnte. Zusätzlich zu den knapp **7.300 Klicks** konnten mehr als **7.600 weitere Interaktionen** (Shares, Screenshots, Votes) mit den Werbemitteln generiert werden.

# Multiple Touchpoints

über 4 Wochen führten zu



0,54 %

CTR TOTAL

2,6 Mio.

IMPRESSIONS  
(BP & DISPLAY)

2,1 Mio.

SESSIONS  
(CT am 25.03.)



Wir sind sehr zufrieden mit der Aufmerksamkeit, die wir über diese Kampagne in der für uns relevanten Jodel Community gewinnen konnten. Es hat sich für uns gezeigt, dass die enge Abstimmung mit dem Jodel-Team zu Wording und Creatives hervorragende Ergebnisse liefert.



**Alexandra Richter**, Marketing Managerin

Für weitere Informationen

ads@jodel.com  
advertising.jodel.com  
+49 159 066716481

