

KUNDECASE:

ANDERSEN BILER

Formål med kampagnen

Branding, awareness til Andersen Biler og kendskab til de nyeste biler på markedet



Kampagne

3 spor på de største danske hjemmesider med geografisk afgrænsning 20 km radius fra forhandlerne:

1. Konkurrent + keyword spor
 2. Re-targeting
 3. Interessebaseret målretning
- Forskellige kreativer til forskellige devices, for at få øget klikraten

Resultat

Kunden oplevede en målbar vækst på de ønskede områder.

CTR = 0,35%

Samlet 1,2 mio. impressions

4.100 kliks



”Vi ønskede at skabe en kampagne med forskellige budskaber – både high og low funnel. Alt med målbar data – og mulighed for at splitte eller optimere kampagnerne undervejs.

Samarbejdet er og har været en fornøjelse – både på grund af sparringen, men også på grund af den hurtige eksekvering. Vi oplevede en målbar vækst på de ønskede områder. Simpelt hen.”

Nicolai Klingenberg,
Marketingansvarlig

