

Mit Taboola konnte Blinkist in nur 6 Monaten 60.000 neue User gewinnen



„Durch Social-Media-Marketing waren wir in der Lage auf die für uns relevante Nischen-Zielgruppe zuzugreifen - allerdings in einem sehr begrenzten Umfang. Ehrlich gesagt, sind wir nicht so schnell gewachsen, wie wir es uns gewünscht hätten. Dann haben wir Content-Marketing entdeckt. Wenn ich eins über Taboola sagen kann, dann ist es folgendes: Probier's definitiv aus! Taboola hilft dir nicht nur dabei, deinen USP zu verbessern, sondern ist zudem eine großartige Ergänzung zu deinem Marketing-Mix. Content Discovery ist die Zukunft!“

Sandra Wu, Digital Marketing Manager bei Blinkist



UNTERNEHMEN

Blinkist ist eine App, die über 2000 Sachbücher in wenigen Sätzen zusammenfasst und diese Essenz gegen eine Gebühr zum Abruf bereitstellt. Die Zusammenfassungen sind so verpackt, dass sie innerhalb von 15 Minuten gelesen oder abgehört werden können.



HERAUSFORDERUNG

Akquisitionsbemühungen über Social Media hinaus auszuweiten und das **Blinkist** Magazine als Wegbereiter im Bereich der persönlichen Entwicklung zu etablieren.



LÖSUNG

Taboola gab **Blinkist** Zugang zu einem noch größeren Publikum von Buchliebhabern. Die Kampagnen waren effizient und rentabel.



RESULTAT

Durch **Taboola** konnte **Blinkist** über 60.000 Neuanmeldungen mit dem gewünschten CPA-Ziel verzeichnen.

60,000+

Anmeldungen innerhalb von sechs Monaten

Überblick

Blinkist ist eine App, die Zugriff auf die wichtigsten Erkenntnisse aus über 2.000 Sachbüchern bietet. Diese werden so verpackt, dass sie von jedem Benutzer in nur 15 Minuten gelesen oder angehört werden können.

Mit **Blinkist** können Benutzer sich beruflich weiterentwickeln und ihr Wissen mithilfe der Ideen und

Anregungen aus den weltbesten Sachbüchern erweitern. Die Themengebiete reichen von Produktivität und Business bis hin zu Ernährung und Wissenschaft. Auch das Thema Lebenshilfe steht hoch im Kurs. Mit den besten Ratgebern zur persönlichen Entwicklung kann der Leser noch mehr über sich selbst erfahren.



Blinkist erschließt mit Taboola eine neue Leserschaft und wächst kontinuierlich

The image illustrates the integration of Taboola content into the Blinkist app. On the left, a laptop displays a news article snippet with a circular callout highlighting a woman reading. On the right, a desktop browser window shows the full article page for 'Diese App verändert gerade das Leseverhalten tausender Deutscher'. The article text includes: 'In Deutschland fast noch ein Geheimtipp, in den USA bereits unter den Top-Apps: Blinkist stellt die Art, wie wir uns Wissen aneignen, auf den Kopf. von Robyn S. Kerkhof | 21.02.2018'. Below the text are social media share icons and a 'Try Blinkist for free' button with a sign-up form. The laptop screen also shows other article thumbnails at the bottom.



Taboola hilft Blinkist dabei, eine erfolgreiche Content-Strategie zu entwickeln

Blinkist-User sind motiviert, lernwillig und wissbegierig und wollen sich weiterentwickeln. Vor der Zusammenarbeit mit **Taboola** stand **Blinkist** allerdings vor dem Problem, ihr Produkt verständlich zu erklären.

Neben der App gibt es zudem das **Blinkist** Online-Magazin, das dazu dient, **Blinkist** als Wegbereiter im Bereich der persönlichen Weiterentwicklung zu etablieren.

Mit der Hilfe des Creative Strategy Teams von **Taboola** und der systematischen Distribution von Artikel konnte **Blinkist** Traffic steigern und die allgemeine Performance verbessern.

Bevor **Taboola** ins Spiel kam, bestand der Marketing-Mix der deutschen Sachbuchprofis nur aus Social Media und Affiliate-Marketing. Mit dem Hinzufügen von **Taboolas** Content-Discovery-Marketing konnte **Blinkist** die Welt des modernen Lernenden vollständig erschließen. **Taboola** half, die geplante Strategie umzusetzen.

Blinkist schätzt die Weitläufigkeit des **Taboola**-Netzwerks und ist überzeugt, dass **Taboolas** Produktentwicklungen die Branche vorantreiben. Zudem war man froh über die Kontrolle in Bezug auf die Publisher-Auswahl. Es konnten Publisher gewählt werden, die für **Blinkists** Zielstellung rentabel waren.



Blinkist nutzte Taboolas Tracking-Feature

Die Möglichkeit App-Downloads mit Hilfe von **Taboolas** S2S Tracking zu tracken und diese direkt der dazugehörigen **Taboola**-Kampagne zuzuordnen, war für **Blinkist** ein weiterer Grund sich für **Taboola** zu entscheiden. Jede Conversion ist auf dem Dashboard sichtbar, was das Optimieren extrem erleichtert.

Durch **Taboola** konnte **Blinkist** über 60.000 Neuanmeldungen mit dem gewünschten CPA verzeichnen.

„Das Taboola-Netzwerk ist sehr weitläufig und wir haben bisher nur einen kleinen Teil davon angezapft. Wir hoffen, mithilfe von Taboolas Publishern, in jeden für

uns relevanten Markt eindringen zu können. Ich bin noch immer erstaunt über die extreme Reichweite des Taboola-Netzwerks. Wenn ich ein Land am anderen Ende der Welt anvisiere, kann ich mir fast sicher sein, dass Taboola dort bereits mit einem großen Verlag zusammenarbeitet“, sagt Wu.

Taboolas Tracking-Fähigkeiten gepaart mit der enormen Reichweite überzeugten **Blinkist**. Das Berliner Team möchte auch in Zukunft weiter mit **Taboola** expandieren.