

FITNESS

VAHA steigert die Smart Fitness Spiegel Verkaufszahlen mit Taboola



„Wir haben die Erfahrung gemacht, dass Taboola eine leistungsstarke und hochskalierte Quelle für neue potenzielle Kund:innen ist. Durch die Arbeit mit Taboola Sponsored Content und Attentive Audiences sind wir letztlich in der Lage, die Anzahl der Conversions über alle Kanäle hinweg zu steigern.“

- **Davi Wazlawick**, VP Performance Marketing, VAHA

112 %

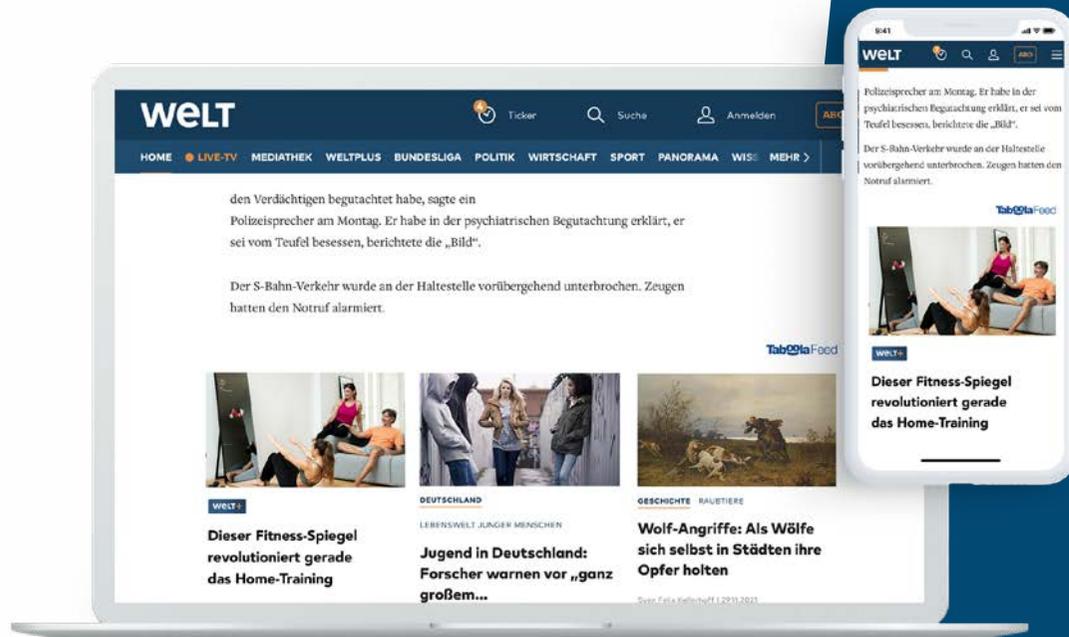
Geringerer Cost-Per-Click (CPC) als Such- und Social-Kanäle

338 %

Steigerung der Webseitenbesuche mit Interaktion in nur 9 Monaten

2-fache

Steigerung der Conversion Rate (CVR) über alle Kanäle mit Taboola Attentive Audiences



UNTERNEHMEN

VAHA ist ein smarterer Fitness-Spiegel, der Menschen dabei hilft, eine Routine für ihr Wohlbefinden zu entwickeln.

HERAUSFORDERUNG

Neue, umfangreiche Zielgruppen außerhalb von Suchmaschinen und Social Media Kanälen finden, um langfristig mehr **VAHA**-Käufe zu erzielen.

LÖSUNG

Gemeinsam mit **Taboola** Sponsored Content Kampagnen durchführen, um eine 30-tägige kostenlose Testphase zu bewerben und Attentive Audiences von **Taboola** über Suchmaschinen und Social Media Kanäle erneut anzusprechen.

RESULTAT

Mit **Taboola** konnte **VAHA** einen um **112 % niedrigeren CPC** als mit Such- und Social-Kanälen erzielen und in nur neun Monaten eine **338 % Steigerung der Webseitenbesuche** mit Interaktion verzeichnen. Zuletzt konnten sie die Conversion Rates über alle Kanäle hinweg um das **2-fache steigern**.

Taboola bietet **VAHA** Webseiten-Traffic zu einem niedrigeren CPC als Such- und Social-Kanäle

Einleitung

VAHA ist ein smarterer Fitness-Spiegel, der individuelle Trainingseinheiten für Körper und Geist für zu Hause bietet. Der **VAHA** Fitness-Spiegel hilft Menschen dabei, eine Routine für ihr Wohlbefinden zu entwickeln. Ziele setzen, unmittelbares Feedback erhalten und die perfekte Herausforderung finden. Der Spiegel bietet Live- und On-Demand-Kurse sowie 1:1-Personaltraining und individuelle Übungen.



VAHA erzielt zahlreiche Webseitenbesuche mit Interaktionen und erreicht damit in großem Umfang interessierte Zielgruppen

VAHA war auf der Suche nach neuen Wegen, um hochgradig adressierte Zielgruppen hochskaliert zu erreichen, um mehr Verkäufe für ihren smarten Fitness-Spiegel zu erzielen. Sie suchten nach Kanälen außerhalb von Suchmaschinen und Social Media, um bisher nicht erreichte Zielgruppen zu erschließen.

In der Zusammenarbeit mit Taboola startete **VAHA** eine Sponsored Content-Kampagne mit dem Ziel, 30-tägige Produkttests in großem Maßstab zu initiieren indem Menschen auf Premium Publisher-Seiten in den angestrebten Zielregionen erreicht werden.

Es stellte sich heraus, dass das Publikum von **Taboola** so hochwertig war, dass **VAHA** auch ohne ein 30-tägiges Probeangebot und ohne einen Bundle-Deal mit einem Ernährungspartner vergleichbare Ergebnisse erzielen konnte.

Durch die Zusammenarbeit mit Taboola konnte **VAHA** einen um 81-142 % niedrigeren CPC als in Such- und Social-Kanälen und eine um 10 % niedrigere Bounce Rate als im Durchschnitt der Webseite erzielen. Insgesamt führte **Taboola** bei **VAHA** zu einer Steigerung der Webseitenbesuche mit Interaktion um 338 % seit Januar 2021.

VAHA nutzte zur Optimierung ihrer Kampagnen die automatisierte Gebotsplattform Smart Bid von **Taboola**, die entwickelt wurde, um die Leistung der Kampagnen von Werbetreibenden zu verbessern anstelle

manueller Gebotsabgaben. Für jede Impression nutzt Smart Bid sowohl die Kampagnendaten als auch die Conversion-Daten des **Taboola** Netzwerks, um vorherzusagen, wie wahrscheinlich eine Conversion ist und passt das Gebot entsprechend an.

Taboola erwies sich als starker Top-of-the-Funnel-Kanal, der in hohem Maße zu Conversions auf anderen Kanälen beitrug.

VAHA nutzt Retargeting von Taboola Usern auf anderen Kanälen und verzeichnet einen massiven Anstieg der Conversions

VAHA wählte Attentive Audiences aus **Taboola** Traffic-Kampagnen aus und sprach sie auf Such- und Social-Kanälen erneut an.

Attentive Audiences sind eine Gruppe von Nutzer:innen, die eine signifikante Zeit auf der Webseite eines Werbetreibenden verbracht haben, aber noch nicht konvertiert wurden. Der Algorithmus von **Taboola** misst das Verhalten von Kund:innen, wie z. B. die Anzahl wiederholter Besuche, die Verweildauer auf der Webseite und andere Faktoren. Die Ausprägung dieser Verhaltensweisen wird verwendet, um Attentive Audiences zu definieren, die speziell auf die Kampagne eines Werbetreibenden zugeschnitten sind.

Mit dieser Strategie konnte **VAHA** über alle Kanäle hinweg **die Conversion Rate um das 2-fache steigern**.