



BOSCH
Technik fürs Leben

segmenta
communications

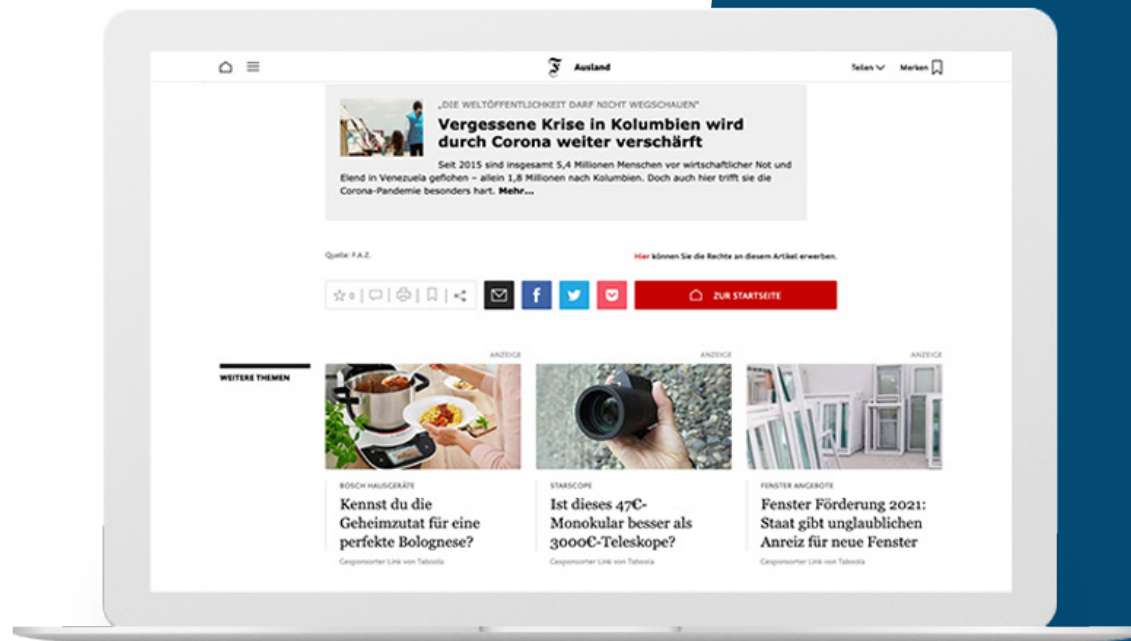


HOME GOODS

Bosch Hausgeräte verzeichnet signifikante Traffic Steigerung mit Taboola

„In unserer Content-Marketing-Strategie für Bosch Hausgeräte ermöglicht uns Taboola, die Artikel bei relevanten Publishern nativ zu bewerben. Da wir großartige Ergebnisse erzielten, haben wir Taboola in unsere laufenden Marketingaktivitäten implementiert.“

- **Dario Jürgens**, Director Digital Unit, segmenta communications (Marketing Agentur für Bosch Hausgeräte Deutschland)



UNTERNEHMEN

Bosch Hausgeräte ist ein weltweit führender Hersteller von Elektro-Hausgeräten und gehört zur Bosch-Gruppe, die Produkte, Technologien und Dienstleistungen in den Bereichen Mobilität, Industrietechnik, Gebrauchsgüter sowie Energie- und Gebäudetechnik anbietet. **segmenta communications**, Marketing Agentur für Bosch Hausgeräte Deutschland, unterstützt Kunden mit Digital- und Social Media-Lösungen sowie Marken- und Unternehmenskommunikation.

HERAUSFORDERUNG

segmenta und **Bosch Hausgeräte** realisierten einen Relaunch des „**Bosch erleben**“ **Magazins** mit dem Ziel, die Leser:innen auf Produktseiten für Küchenkleingeräte und Staubsauger zu führen. Die Herausforderung bestand darin, die Sichtbarkeit des Magazins zu erhöhen und mehr Webseiten-Traffic zu generieren.

LÖSUNG

Taboola als Partner für erfolgreiches Content Marketing nutzen, um die Inhalte des Magazins auf die smarteste und effektivste Weise durch native Anzeigen zu bewerben.

ERGEBNISSE

In 2020 erzielten **segmenta** und **Bosch Hausgeräte** mit ihrer Kampagne überzeugende Ergebnisse in allen relevanten Metriken wie CPC und CTR sowie den Cost per Visit und Cost per Product View. Die Ergebnisse erwiesen sich auch im Vergleich zu der begleitenden Social Media Kampagne als wettbewerbsfähig.

Mit Taboola verzeichnen **Bosch Hausgeräte** und **segmenta** überzeugende Ergebnisse

Einleitung

Für **Bosch Hausgeräte** und deren Agentur **segmenta communications** ist Content Marketing ein zentrales Element innerhalb der Marketingstrategie mit dem Fokus auf redaktionelle Inhalte. Das Lifestyle-Magazin „Bosch erleben“ ist seit seinem Relaunch Anfang 2019 fester Bestandteil der fortlaufenden Marketingaktivitäten.

In der Überlegung, wie die redaktionellen Inhalte des Magazins vermarktet werden können, erwies sich **Taboola** als logischer Schritt. **Taboola** erlaubt es **segmenta**, den Content über reichweitenstarke deutsche Publisher an jene Zielgruppe heranzutragen, die am wahrscheinlichsten für die beworbenen Inhalte empfänglich ist.



„Bosch erleben“ ist ein perfektes Beispiel für durchdachtes Content Marketing

Im Mittelpunkt der Content Marketing Strategie von **Bosch Hausgeräte** steht „Bosch erleben“, eine Zusammenstellung von Haushaltstipps und Life Hack-Inhalten.

Als **segmenta** die Zusammenarbeit mit **Taboola** begann, um die Inhalte des Magazins zu bewerben, entwickelten sich früh synergetische Effekte. Das Bildmaterial, das **segmenta** bereits für **Bosch Hausgeräte** erstellte, konnte mühelos für **Taboola** Sponsored Content wiederverwendet werden. Dabei wurde auf klare, Content-orientierte Werbeanzeigen geachtet.

Auch das Erlebnis nach dem Klick war für **segmenta** und **Taboola** von besonderer Bedeutung. Durch das Erstellen individueller Anzeigen für jeden gesponserten Artikel und das Auswählen passender Überschriften und Bilder, steht bei diesen gesponserten Inhalten der redaktionelle Aspekt im Vordergrund. Dies trug wesentlich zu ihrem großen Erfolg bei.

Ein weit gefasstes Targeting für allgemein beliebten Content

Mit Blick auf das Wesen der erstellten Inhalte, verfolgt **segmenta** einen Targeting-Ansatz, der sich bewusst an eine Vielzahl von Menschen richtet und für diese relevant ist.

Da **Taboola** allgemein empfiehlt, eine Kampagne mit einem weit gefassten Targeting zu beginnen, erwies sich auch dieser Ansatz als synergetisch. Gemeinsam stellten **Taboola** und **segmenta** sicher, dass die kreativen Elemente des Sponsored Contents das passende Publikum ansprechen. Eine Werbeanzeige zu einem Artikel über die besten Mahlzeiten für Kinder enthielt beispielsweise Bilder von Eltern und Kindern sowie eine Überschrift, die deutlich macht, was nach dem Klick zu erwarten ist.

Für **Bosch Hausgeräte**, so **segmenta**, gibt es für jedes der erarbeiteten Marketingkonzepte einen nativen Bestandteil, für den **Taboola** auch weiterhin eine bevorzugte Anlaufstelle sein wird.