

# Adobe® Media Optimizer & otto.de

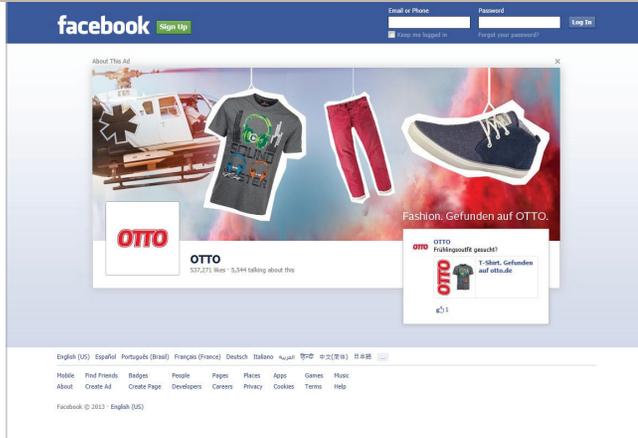


## Erfolg mit E-Commerce und Social Advertising

Das nach dem Zweiten Weltkrieg gegründete Unternehmen Otto wurde schnell zu einem wichtigen Akteur im deutschen Einzelhandel. Ihre Erfolgsgeschichte konnte die Otto Gruppe bis heute fortsetzen, da sie sich an die wechselnden Rahmenbedingungen angepasst hat, international expandiert und den Schwerpunkt auf E-Commerce legt. So zählt Otto derzeit zu den weltweit größten Online-Händlern für Mode und Lifestyle und ist insgesamt der zweitgrößte Händler hinter Amazon.

Die wichtigste deutschsprachige Website des Unternehmens, otto.de, bietet eine große Auswahl an Produkten für Kleidung, Pflege und Haushalt. Um wichtige junge Zielgruppen zu erreichen, spielt für das Digital-Marketing-Team bei Otto Werbung in sozialen Netzwerken eine große Rolle. Mithilfe von Adobe Media Optimizer inklusive Media Optimizer for Social kann Otto die Wirkung von Anzeigenschaltungen auf Facebook effektiv verfolgen und verwalten.



*„Adobe Media Optimizer for Social bietet uns eine leistungsstarke Plattform für die Durchführung und Messung von Anzeigenkampagnen auf Facebook.“*

## Erfolg in Social Media messen

Im Rahmen seiner Werbestrategie für Facebook in Deutschland testete otto.de den Logout-Vorgang, bei dem jeweils 24 Stunden lang eine Anzeige zu einem Festpreis geschaltet werden kann. Bei otto.de war man sich zwar darüber im Klaren, dass eine Investition in diesem Premium-Segment die Wahrnehmung in der Zielgruppe steigern würde, man wollte aber die Effektivität genau messen.

Otto.de implementierte Media Optimizer for Social, um die Wirkung seiner Facebook-Anzeigen zu messen. Mithilfe der Adobe-Lösung bestätigte sich die Wirksamkeit von Werbung, die Usern beim Facebook-Logout präsentiert wird. Im Vergleich mit ähnlichen Anzeigen am rechten Rand der Facebook-Seite bewirkte die Logout-Anzeige beeindruckende 6,7 Mio. Impressions an einem Tag. Das Bestellvolumen nahm um 20 % zu, der Anteil an Neukunden um 30 %. Mithilfe der Funktionen für Tracking und Segmentierung in Media Optimizer for Social konnten die Verantwortlichen außerdem feststellen, dass

nach einem Klick auf die Anzeige die Bestellsumme bei Männern im Schnitt 50 % höher liegt als bei Frauen.

Weil der ROI der Logout-Kampagnen messbar ist, können die Marketer bei Otto die Einbindung von Social Ads in zukünftige Kampagnen besser planen. „Adobe Media Optimizer for Social bietet uns eine leistungsstarke Plattform für die Durchführung und Messung von Anzeigenkampagnen auf Facebook“, so Ilka Voss, Senior Project Manager für Online-Marketing bei otto.de.

### Ergebnisse

- Reichweite: 6,7 Mio. deutsche Facebook-User an einem Tag
- Anstieg des durchschnittlichen Bestellvolumens um 20 % und des Anteils an Neukunden um 30 % im Vergleich zu Anzeigen am rechten Seitenrand
- Neue Einblicke in Trends beim Bestellumfang innerhalb der Zielgruppe, die für Targeting genutzt werden können

### Weitere Informationen

[www.adobe.com/de/solutions/digital-marketing.html](http://www.adobe.com/de/solutions/digital-marketing.html)



Adobe

Adobe Systems GmbH  
Georg-Brauchle-Ring 58  
D-80992 München  
Adobe Systems (Schweiz) GmbH  
World Trade Center  
Leutschenbachstrasse 95  
CH-8050 Zürich  
[www.adobe.de](http://www.adobe.de), [www.adobe.at](http://www.adobe.at),  
[www.adobe.ch](http://www.adobe.ch), [www.adobe.com](http://www.adobe.com)

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.

© 2013 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved.

6/13

