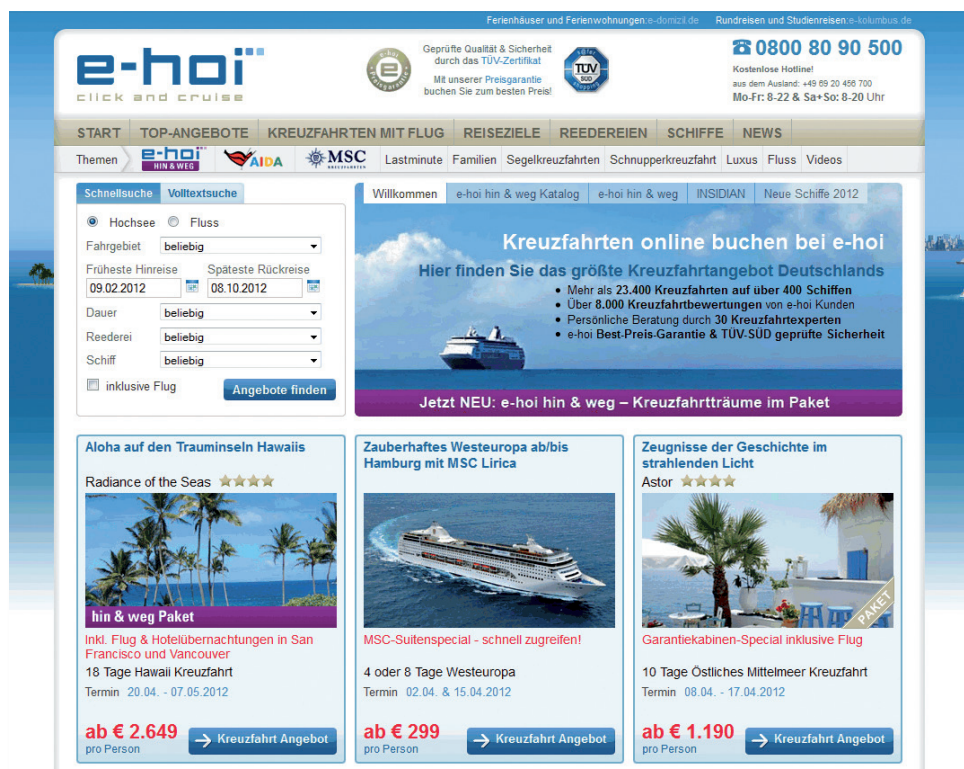


e-hoi: Dank Remarketing 1575 % mehr Buchungen über das Google Display- Netzwerk



- Dreimonats-Vergleich vor und nach Einsatz von Remarketing im GDN
- Anstieg Buchungsanfragen: 1100 %
- Anstieg Buchungen: 1575 %
- Anstieg Media-Ausgaben: 476 %
- Kosten-Umsatz-Verhältnis verbessert: 4 %

e-hoi, die führende deutsche Online-Vertriebsplattform für Kreuzfahrten, setzte Remarketing im Google Display-Netzwerk ein. Ein Dreimonats-Vergleich zeigt einen überproportionalen Anstieg hochwertiger Kundenkontakte, tatsächlicher Buchungen und Bekanntheit der Marke bei gleichzeitig verbessertem Kosten-Umsatz-Verhältnis.



Dank Remarketing stiegen unsere Buchungsanfragen über das GDN, also sehr hochwertige Kontakte, um 1100 Prozent, die tatsächlichen Buchungen sogar um 1575 Prozent. Tom Müller, Mitglied der Geschäftsleitung, e-hoi und e-domizil-Gruppe

Mehr Informationen zu Remarketing:
google.de/ads/displaynetwork

„Kein Ende des Wachstums in Sicht“, lautet die Prognose für den boomenden Markt der Kreuzfahrten. Die Hamburger Beratungsfirma SeaConsult schätzt das künftige jährliche Potenzial allein für Deutschland auf 4,7 Mio. Passagiere, viermal so viele wie im Jahr 2010. Trotz der blendenden Aussichten ist der Markt hart umkämpft, auf dem 2003 e-hoi.de startete. Die Website gehört zu der in Frankfurt am Main beheimateten e-domizil-Gruppe und hat sich mittlerweile zu einer der umsatzstärksten Online-Plattformen im Kreuzfahrtgeschäft entwickelt. Alleinstellungsmerkmale sind „das größte buchbare Angebot an Kreuzfahrt-Kombinationen und die größte Zahl an Kundenbewertungen“, erzählt Tom Müller, Mitglied der Geschäftsleitung von e-hoi und unternehmensübergreifend für deren Online-Marketingkanäle verantwortlich. Hauptzielgruppe sind vor allem Paare über 45 Jahre.

Remarketing steigert Kundenkontakte und Brand

Neben Suchmaschinenoptimierung wird vor allem durch Suchmaschinenmarketing der Erstkontakt mit Kunden hergestellt. e-hoi bewirbt jede der über 23.400 Kreuzfahrten auf rund 400 Schiffen. Seit Sommer 2011 setzt das Unternehmen verstärkt auf Remarketing. Damit können im Google Display-Netzwerk (GDN) Nutzer gezielt mit der richtigen Werbebotschaft angesprochen werden, die zuvor die Webseite besucht hatten. Die Werbebanner werden präsentiert, während die Nutzer Webseiten im gesamten GDN besuchen. Das Google Display-Netzwerk erreicht am Tag 22 Mio. Unique User in Deutschland und hat eine Reichweite von 89 Prozent bei deutschen Internetnutzern. (Quelle: ComScore Okt. 2011). Mithilfe von Remarketing-Listen werden die wichtigsten Destinationen, etwa Mittelmeer oder Karibik, beworben. „Der Kunde, der schon einmal auf unserer Website war, erhält so beim Klick auf die Anzeige immer mehrere Angebote für seine Wunschziele. Dies deckt sich mit dem Ziel unserer Plattform, dem Kunden Vergleichsmöglichkeiten anzubieten“, erläutert Tom Müller. „Remarketing eignet sich zudem sehr gut, um unsere Markenbekanntheit weiter zu stärken, denn der Kunde, der einmal unsere Seite besucht hat, nimmt danach e-hoi deutlich stärker wahr.“

Überproportionaler Anstieg der Konversionsrate

Die Wirkung des Remarketing-Einsatzes belegt der Vergleich der Monate Juli bis September 2010 und 2011. „Unsere Buchungsanfragen über das GDN – das sind schon sehr hochwertige Kontakte – stiegen um 1100 Prozent, die tatsächlichen Buchungen sogar um 1575 Prozent“, berichtet Tom Müller. Zwar korrespondiert mit dem Anstieg auch eine Erhöhung der Media-Ausgaben (plus 476 Prozent), aber „man sieht trotzdem, dass die Konversionsrate überproportional zum eingesetzten Media Spent gewachsen ist.“ Sehr erfreulich sei auch, dass sich das Kosten-Umsatz-Verhältnis um vier Prozent verbessert habe, ebenso positiv sei der Return on Investment zu bewerten. „Dank Remarketing haben wir die Profitzone im GDN erreicht“, erklärt e-hoi-Geschäftsleitungsmitglied Müller. Er empfiehlt das SEM-Instrument für „trafficstarke Webseiten“ und hebt in Bezug auf die Handhabung hervor, „dass man den Traffic, der über andere Kanäle kommt, noch leichter über Remarketing weiterverfolgen kann.“

Kontaktieren Sie unser **Google Office**

Für mehr Informationen kontaktieren Sie bitte Ihren Google Ansprechpartner