

Ein Unternehmen der iSelect Gruppe



FALLSTUDIE – FINANZDIENSTLEISTUNGEN

DER WECHSEL ZU PERFORMANCE HORIZON HAT SICH FÜR MARKEN UND FÜR INFOCHOICE BEZAHLT GEMACHT

InfoChoice, eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von iSelect Limited, ist eine der größten Vergleichswebseiten für Finanzdienstleistungen in Australien. InfoChoice wirbt für Finanzprodukte aller Art, von Kreditkarten und Hypotheken hin zu Sparlösungen und Privatkrediten.

Seiten wie InfoChoice hängen stark von vergleichbaren Daten in Echtzeit ab, um ihre Performance zu optimieren. Doch dadurch, dass die kommerziellen Modelle, angefangen bei Cost-per-Click (CPC) bis hin zu Cost-per-approved-Application (CPAA), alle separat eingesetzt wurden, war es nicht einfach, die Kampagnenprofitabilität und die Benchmarks im Unternehmen zu vergleichen.

Hinzu kam, dass die Daten von den Finanzinstitutionen nicht rechtzeitig eintrafen, sodass das Management von Echtzeitperformance so gut wie unmöglich wurde.

DAS REPORTING VON ALTSYSTEMEN HINDERTE INFOCHOICE DARAN, IHRE KAMPAGNEN ZU OPTIMIEREN.

Die veralteten Berichterstellungssysteme von InfoChoice und den Banken teilten keinerlei Daten miteinander. Dies bedeutete, dass die Vergleichswebseite keine Sichtbarkeit hatte, sobald ein Kunde durch einen Klick von der Seite weg auf andere Seiten navigierte.

Stattdessen verließ sie sich ausschließlich auf CPAA-Datenberichte, die manuell von den Finanzinstituten selbst erstellt und oft nur einmal pro Monat geliefert wurden.

Da so wenig automatisiert war, waren die Daten sehr allgemein, was wiederum die Echtzeit-Einblicke einschränkte, die

InfoChoice daraus gewinnen konnte. Die Gesamtzahl an genehmigten Anwendungen gab InfoChoice beispielsweise keinerlei Auskunft über die Rolle, die Click-Outs von der Seite aus bei Conversions gespielt hatten.

Der Mangel an Echtzeit-Daten war für InfoChoice bei der effizienten Verwaltung von Kampagnen eine Herausforderung. Da es unmöglich war zu sehen, was in Echtzeit passierte, nachdem ein Kunde die Seite verlassen hatte, konnte InfoChoice die Ursache für erfolgreiche oder nicht zustande kommende Conversions nicht verstehen und auch keine Lösungen finden, um dies zu verbessern oder zu optimieren. Sie konnten auch die Kampagnenplatzierung nicht auf der Performance basierend priorisieren.

EINBLICKE VON PERFORMANCE HORIZON TRANSFORMIERTEN DIE MÖGLICHKEITEN, DIE INFOCHOICE JETZT OFFEN STEHEN

Da zahlreiche Finanzinstitute, die mit InfoChoice arbeiten, zu Performance Horizon gewechselt sind, erlangt InfoChoice nun das detaillierte Reporting in Echtzeit, das sie sich gewünscht haben.

- InfoChoice kann nun dynamisch Kampagnen auf Basis der Performance und der Marktumgebung priorisieren.
- Durch die gemeinsamen Daten kann InfoChoice besser mit den Finanzinstituten interagieren, um den profitableren Umsatz anzukurbeln. Beispielsweise können sie aufgrund der gemeinsamen Visibilität der Dropoff-Raten zwischen Click-Outs und genehmigten Anwendungen nun mit Marken zusammenarbeiten, um diese Metriken zu verbessern
- Das Abstimmen von Ergebnissen und Zahlungen benötigt weniger Zeit und Mühe.

„Unsere Vision bei InfoChoice ist, die Nummer 1 der Performance-basierten Vergleichspartner für Finanzprodukte zu sein. Für uns ist Performance Horizon ein Partner, der uns dabei unterstützen kann, diese Vision Wirklichkeit werden zu lassen.“

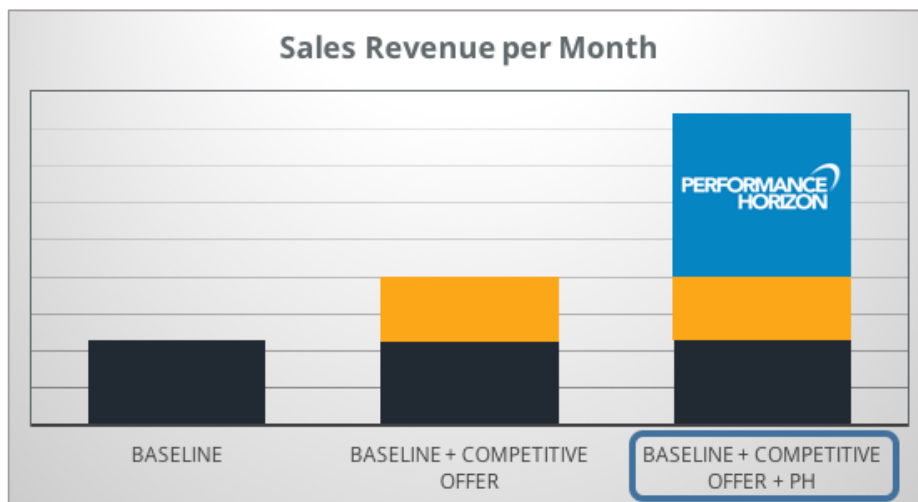
***Jon Savaris, General Manager, InfoChoice* DER WECHSEL ZU PERFORMANCE HORIZON HAT SICH FÜR BANKEN BEZAHLT GEMACHT UND STEIGERTE DIE EINNAHMEN FÜR INFOCHOICE UM 90 %**

InfoChoice konnte beträchtliche Verbesserungen bei den Einnahmen beobachten, die durch Kampagnen generiert wurden, und sich Einblicken von Performance Horizon bedienen.

Bei einer Kampagne für eine große Finanzdienstleistungsmarke verbesserte InfoChoice ihre Einnahmen um mehr als 90 %, sobald detaillierte Daten in Echtzeit ihr Einblicke verschafften, um die Medienakquise zu optimieren und mehr wertvolle, potentielle Kunden zu liefern.

Die Vergleichswebseite untersucht nun, wie sie die Technologie von Performance Horizon einsetzen kann, um bei noch mehr Kampagnen positive Ergebnisse zu erzielen – und einen End-to-End-Blick aus Kanälen wie Suchmaschinenmarketing oder CPAA zu erhalten.

RESULTS



average monthly uplift in sales using PH

ZUSAMMENFASSUNG

- 90 % Anstieg an Einnahmen von einer Kampagne
- Zeiteinsparungen und weniger Aufwand bei der Abstimmung von Ergebnissen und Bezahlungen
- Besseres Involvieren von Partnern, um profitable Verkäufe anzukurbeln
- Dynamische Kampagnenpriorisierung, basierend auf Performance und Markt.

„Die Kraft von Echtzeitstatistiken ermöglicht es InfoChoice, bessere Entscheidungen für unsere Marketinginvestitionen zu treffen und bessere Werte für unsere Kunden zu schaffen. Und das geht so weit, dass wir uns wünschen, alle unsere Kunden würden Performance Horizon nutzen“.

Andy Janiszewski, Account Manager, InfoChoice

ÜBER PERFORMANCE HORIZON

Bedeutende Marken aus den Bereichen Reisen, Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Digitaler Inhalt verlassen sich auf die Plattform von Performance Horizon, um die Akquisition von Neukunden anzutreiben und Einnahmen und Rentabilitätszuwachs durch ihre Online-Partner zu erhöhen. Dazu zählt auch die Fähigkeit, die Partner-Performance zu optimieren, Creatives umzusetzen, Partner- und Produktausgaben zu verwalten, Daten einfach in bestehende Workflows und Systeme zu integrieren und Partnerzahlungen global zu bearbeiten.

Performance Horizon, der führende Anbieter von SaaS-Lösungen für das digitale Partnermarketing, ermöglicht es Marken, eine direkte Verbindung zu ihren Marketingpartnern herzustellen und so die Kundenakquise erheblich zu steigern und hohe Margeneinnahmen aus

Online-Marketingkanälen anzutreiben. Mit Standorten in den USA, Großbritannien, Japan und Australien treibt die Plattform von Performance Horizon mehr als drei Milliarden US-Dollar an erstklassigen Werbeumsätzen über 125.000 Marketingpartner in mehr als 170 Ländern an. Performance Horizon wird unterstützt von hochrangigen Investoren wie Mithril, Greycroft Partners und DN Capital. Weitere Informationen finden Sie unter www.performancehorizon.com oder wenn Sie @tweetphg auf Twitter folgen.

Veröffentlichung: Winter 2016