



MAURER & WIRTZ
HOUSE OF PERFUMES

CASE STUDY

Effektive Werbestrategie

Die Dual-Channel-Ansätze von PPC & DSP



ROAS **9,6**

ACOS **10%**

Im ersten Monat nach Integration von DSP-Kampagnen

BUSINESS OVERVIEW & BISHERIGE ERFOLGE

Mäurer & Wirtz ist ein renommiertes Unternehmen, das sich auf die Herstellung von Parfümprodukten spezialisiert hat. Die Marke Tabac steht für Tradition und Innovation und hat sich durch die Produktion von ikonischen Düften wie Tabac und 4711 einen Namen gemacht. Mit PPC-Kampagnen erreichen wir aktuell bereits einen beeindruckenden ROAS von 9,6 und einen ACOS von 10%.

HERAUSFORDERUNGEN DER STRATEGISCHEN DSP-INTEGRATION

In diesem Jahr fokussiert sich Mäurer & Wirtz mit der Marke Tabac auf eine Absatzsteigerung auf Amazon, was zur Erweiterung des bisherigen Werbe-Setups um DSP-Kampagnen führte. DSP bietet erweiterte Targeting-Optionen, die besonders für die Marken Tabac und 4711 Remix von entscheidender Bedeutung sind, da sie potenzielle Wiederkäufer, Interessenten von ähnlichen Produkten und unterschiedliche Zielgruppen erreichen, die die Produkte meist bereits kennen. Die Herausforderung lag darin, den Sweetspot zwischen PPC und DSP zu finden, um den Gesamtabsatz zu erhöhen.

STRATEGISCHE MASSNAHMEN & SYNERGETISCHE ERFOLGE

- ✓ **GEZIELTES RETARGETING:** Durch das Setup von Retargeting-Kampagnen konnten wir Interessenten, die das Produkt bereits angesehen aber noch nicht gekauft haben, erfolgreich wieder ansprechen.
- ✓ **LIFESTYLE- UND DEMOGRAFISCHES TARGETING:** Kampagnen, die auf spezifische Lebensstile und demografische Merkmale abzielten, wurden implementiert, um die Relevanz und Ansprache zu maximieren.
- ✓ **PROMOTION VON GRÖßEREN PACKUNGEN/BUNDLES:** Durch DSP konnten speziell größere Produktvarianten und Bundles beworben werden, was zusätzlich den Absatz förderte.
- **ERHÖHTE REICHWEITE:** Durch die Kombination von PPC und DSP konnten mehr Kunden erreicht und gleichbleibende Leistung sichergestellt werden. Insbesondere verbesserten DSP-Targeting-Optionen die Erreichbarkeit von Wiederkäufern, die klassische Werbemaßnahmen nur schwer zu erreichen sind.
- **LEISTUNG:** Die DSP-Kampagnen erreichten im ersten Monat einen ROAS von 9,6 und einen ACOS von 10%, vergleichbar mit bestehenden PPC-Kampagnen.



Jasper Balkenhol
Geschäftsführer
E: jasper.balkenhol@eBazaaris.com

EBZ Pharma Marketplaces GmbH
Schumannstraße 17
10117 Berlin

JETZT TERMIN VEREINBAREN