



## Aktivierung dank TV

# B2B-Neueinführung einer Schweizer Onlineshop-Lösung

Vanessa Marr, Chief Marketing Officer



**localsearch**

Erfolg für KMU in der digitalen Welt



# Schweizer KMU-Händler unter Druck







# MyCOMMERCE: Online-Handel für alle!

Optimale Media-Strategie im B2B zur Neueinführung eines SaaS-Produktes gesucht und gefunden, mit dem starken Duo TV und Online.



## Ziel

Neueinführung einer Onlineshop-Lösung im Schweizer Markt. Zeitraum: Mitte 2019 – Ende 2020



## Produkt

eCommerce SaaS im Bereich «DIY»



## Zielgruppe

KMU



## Media-Mix

Cross-Media Kampagne, Schwerpunkt TV und Online.



# Mit TV & Online zur gewünschten Performance



## Reach

Die richtige  
Zielgruppe erreichen



## Engagement

Interesse an eCommerce  
wecken



## Sales

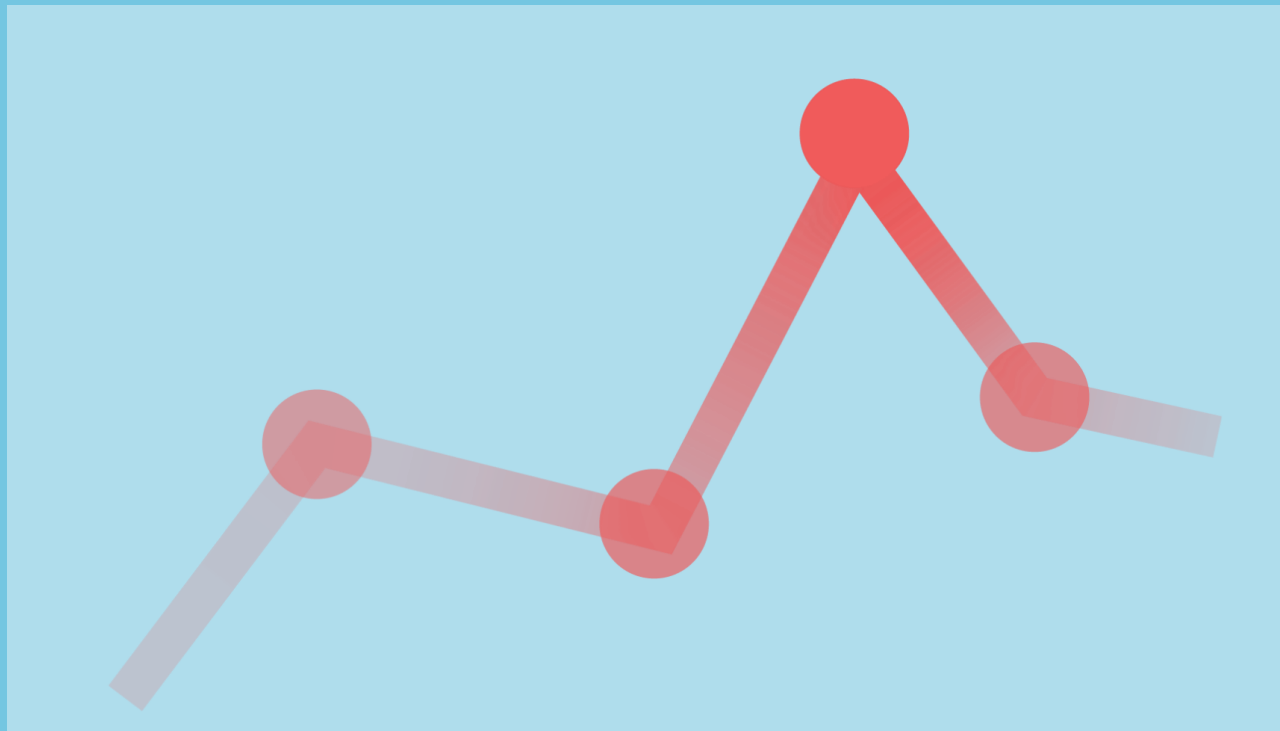
Zur Registration  
führen

# Traffic-Steigerung dank Second Screen Usage



**Ø +104%\***

**Traffic auf MyCOMMERCE.ch**

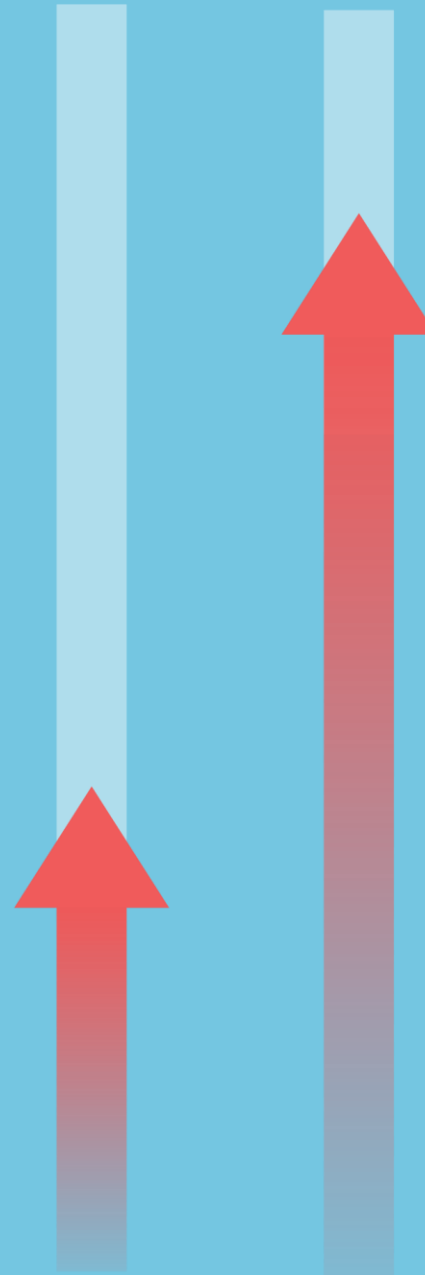


# Traffic zeigt gesteigerte Aktivität auf der Website



**Ø +30%\***

*View Time on Site* auf  
MyCOMMERCE.ch

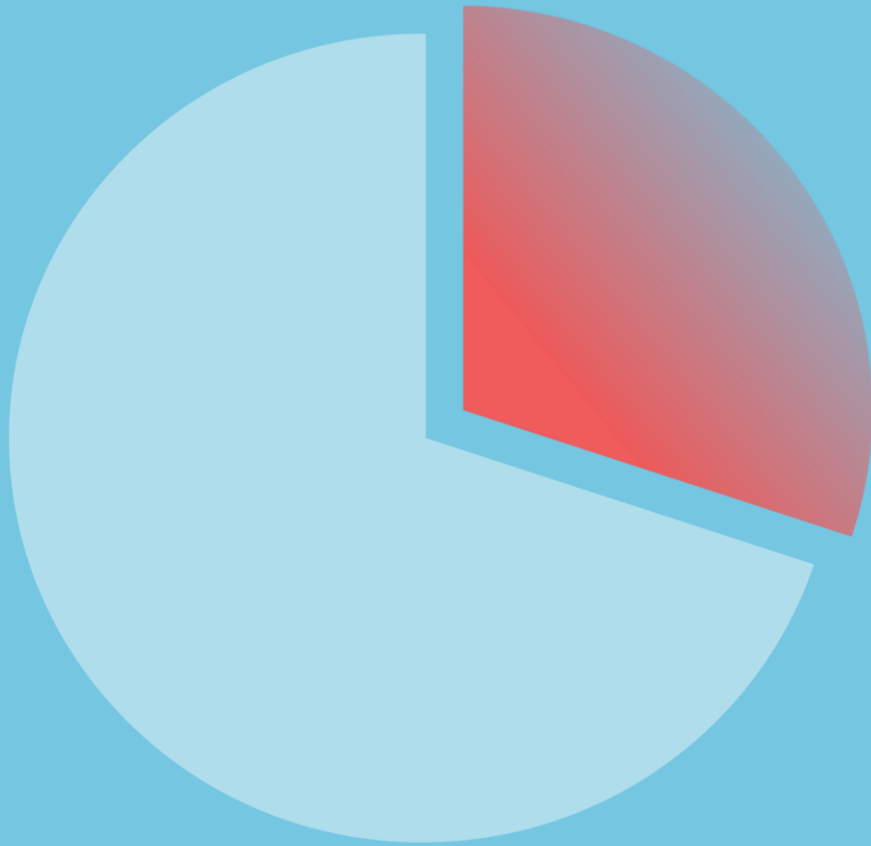


# Dank TV und Online zur gewünschten Performance



**Ø +31%\***

**Conversion Rate auf  
MyCOMMERCE.ch**





# Aktivierung dank TV

## B2B-Neueinführung einer Schweizer Onlineshop-Lösung

- ❖ Die Ergebnisse aus den Kampagnen von Mitte 2019 bis Ende 2020 zeigen deutliche Resultate.
- ❖ Im B2B-Bereich treibt TV nicht nur Reach, sondern aktiviert die Zielgruppe auch direkt zum Produkt-Engagement & -Kauf.
- ❖ Für die Neueinführung eines B2B Software-Produktes empfiehlt sich die Kombination von TV & Online Marketing.





# Beat Schächli E-Imker



**Vielen Dank für  
die Aufmerksamkeit!**

Honig  
2015  
Bayerischer Imkerpreis

