

Microsoft Advertising erreichte einen

33%

niedrigeren Cost-per-Click (CPC) als Google Ads.¹



Microsoft Advertising zeigte einen

62%

besseren Cost-per-Lead (CPL) als Google Ads.¹



Microsoft Advertising
Lösungen:

Zielgruppen-Targeting



Nachhaltiger Erfolg durch die Lösungen von Microsoft Advertising

Der [Jacobs Kaffee Service](#) steht für eine professionelle Kaffeeversorgung im Außer-Haus-Markt. Hierzu gehört ein umfassendes Angebot an Qualitätskaffees, Kaffeemaschinen für jeden Bedarf und natürlich kompetente Beratung sowie vollumfänglicher technischer Service. Den Anstoß für Jacobs Kaffee Service auf Microsoft Advertising mit eigenen Kampagnen durchzustarten, kam hauptsächlich über die Agentur Havas, die das Unternehmen bereits lange betreut.

Laut Havas liegt der Vorteil von Bing speziell in der Reichweite des etwas älterem Nutzersegments, insbesondere im B2B Marketing. Unter den Suchenden befinden sich vor allem Personen, die bereits weiter im Berufsleben stehen, als die vergleichsweise jüngeren GoogleNutzer. Durch die verschiedenen [Targeting-Optionen mit Microsoft Advertising](#) – beispielsweise nach Nutzerprofil – kann so der gewünschte Kunde erreicht werden.

Zahlen sagen mehr als tausend Worte

Das Ziel der aktuellen Kampagne mit Jacobs Kaffee Service ist die Generierung von qualifizierten B2B Leads. Search Advertising wird dabei hauptsächlich genutzt, um Konversionen zu generieren - Awareness ist kein explizites Ziel der Kampagne. Neben den bereits bestehenden Kampagnen mit Google Ads hat Havas zunächst einen reinen Zuwachs in Reichweite und Konversionen durch Microsoft Advertising erwartet. Schnell wurde aber klar, dass ein deutlich besserer Cost-per-Lead (CPL) und niedrigerer Cost-per-Click (CPC) als bei Google erreicht wurde: Zum einen zeigte Microsoft Advertising einen 62% bessern CPL als bei Google Ads und zum anderen hatte Microsoft Advertising einen 33% niedrigeren CPC als Google Ads.¹

Für Havas ist Search ein besonders wichtiger Teil der Kampagnenstrategie. Mit einem CPL-fokussierten Mediabudget ist Search essenziell und übernimmt damit die Lead-Rolle. Durch den starken CPL wurde Microsoft Advertising als Always-On-Kampagne in Jacobs Kaffee Service Marketing Portfolio aufgenommen.

Durch den starken CPL wurde Microsoft Advertising als Always-On-Kampagne in Jacobs Kaffee Service Marketing Portfolio aufgenommen. Mittlerweile hat Microsoft Advertising für Jacobs Kaffee Service und Havas einen signifikanten Anteil beim Klickvolumen erzeugt, weshalb das Microsoft Advertising Budget im Jahr 2019 weiter erhöht wird.

[LINK ZUR GESCHICHTE >](#)

[MELDEN SIE SICH FÜR MICROSOFT ADVERTISING >](#)

1. [Jacobs Kaffee Service](#), interne Daten, Februar 2019.