



ondevi



PURELEI
Case Study

Case Study PURELEI



Durch Full Suite Google Ads haben wir den CM3 MoM um 33% steigern können.



PURELEI ist eine führende Schmuckmarke, die für ihre von Hawaii inspirierten Designs bekannt ist. Mit einem starken Fokus auf Ästhetik, Qualität und Langlebigkeit begeistert PURELEI eine treue Community weltweit.

Betreute Märkte:



33%

CM3 Steigerung MoM

“3 Worte, die mir einfallen, wenn ich euch beschreiben müsste: innovativ, professionell, Experten.”



SEA Managerin, PURELEI
Lidia Pórtoles



Der Status-Quo vor #ondevi

Das Google Ads Konto für Deutschland war bereits auf einem hohen Niveau optimiert, doch es gab noch ungenutztes Potenzial. Bisher lag der Fokus stark auf Pull-Kampagnen, also der gezielten Ansprache bereits interessierter Nutzer. Um weiteres Wachstum zu generieren, sollte ein erfolgreiches Push-Marketing über Google etabliert werden, um die Marke auch proaktiv neuen Zielgruppen näherzubringen. Zudem galt es, die bestehenden Shopping-Kampagnen sowohl in ihrer Struktur als auch in ihrer Performance zu optimieren, um

Effizienz und Skalierbarkeit weiter zu verbessern. Anders stellte sich die Situation in den internationalen Märkten dar: Die Google Ads Performance außerhalb Deutschlands konnte mit der starken Entwicklung im Heimatmarkt nicht mithalten. Besonders die Neukundenakquise über Google Ads steckte in vielen Ländern noch in den Kinderschuhen und bot großes ungenutztes Potenzial. Ziel war es, die internationalen Konten gezielt zu skalieren und die Effizienz der Kampagnen deutlich zu steigern, um PURELEI auch außerhalb Deutschlands erfolgreich zu positionieren.



Unsere Lösungen

Um das volle Potenzial von Google Ads für PURELEI auszuschöpfen, setzen wir eine Kombination aus strukturellen Optimierungen, Automatisierungen und strategischen Erweiterungen um. Der Fokus liegt dabei auf zwei Hauptzielen: die bereits starke Performance in Deutschland weiter auszubauen und die internationalen Märkte nachhaltig zu skalieren.



Datenfeed-Optimierung



Automatisierungen & Feed-basierte Kampagnen



Advanced Tracking für bessere Steuerung



Segmentierte Shopping-Kampagnen für maximale Effizienz



Kostenlose Shopping Einträge reaktiviert



Creative Consulting & Upper Funnel Expansion

Datenfeed-Optimierung

Den Produktdatenfeed haben wir inhaltlich optimiert, um die Relevanz und Sichtbarkeit in den Shopping-Kampagnen zu maximieren.

Wichtige Anpassungen umfassen:

- Optimierung der Produkttitel für bessere Keyword-Abdeckung
- Verbesserung der Produktbilder für eine höhere Klickrate
- Präzisere Produkttyp- und Google-Produktkategorisierung
- Nutzung von Streichpreisen für psychologische Kaufanreize

Automatisierungen & Feed-basierte Kampagnen

Bei der Skalierung eines großen Accounts sind Automatisierungen essenziell. Mithilfe von Channable sind folgende Features aktiv in Verwendung:

- Einen dynamischen Seitenfeed für DSA-Kampagnen, wodurch auch nicht indexierte Seiten beworben werden können. Zusätzlich werden relevantere Suchanfragen bedient und spezifischere Headlines erstellt.
- Dynamische Textanzeigen, die für jedes Keyword eine perfekt abgestimmte Anzeige generieren – für ein extrem hohes Matching zwischen Suchanfrage und Anzeige.

Unsere Lösungen

Advanced Tracking für bessere Steuerung

- Verbesserung der Datenqualität von bis zu 50% in den internationalen Projekten.
- Spezielles Custom Tracking für den Adventskalender im Q4, um Verkäufe kanalgenau zuzuordnen.
- Fehler im bestehenden Tracking identifiziert und optimiert
Zusätzlich ein Custom Pixel implementiert, um die modernsten Tracking-Technologien zu nutzen.

Segmentierte Shopping- Kampagnen für maximale Effizienz

Statt einer pauschalen Trennung nach Produkttypen setzen wir auf eine performance-basierte Segmentierung, um Produkte basierend auf ihrer Performance gezielt zu steuern. Dazu haben wir ein eigens entwickeltes Skript aufgesetzt, welches die Produkte dynamisch steuert.

Neben der reinen Google Ads Performance der einzelnen Produkte, berücksichtigen wir zusätzliche Faktoren wie Marge, Retourenquote und Customer Lifetime Value. So können wir für jedes Produkt ein separates Scoring erstellen.

Unsere Lösungen

Kostenlose Shopping Einträge reaktiviert

Die kostenlosen Shopping Einträge wurden monatelang abgelehnt, wodurch sowohl Reichweite als auch Umsatz verloren gingen. Da es sich hierbei um ein weit verbreitetes Problem handelt, das wir bei vielen Neukunden sehen, haben wir agenturseitig eine Lösung entwickelt.

Ein oft übersehener, aber enorm wertvoller Hebel. In der Hochsaison haben wir so rund 30.000 zusätzliche Klicks pro Monat erzielt und einen zusätzlichen monatlichen Umsatz von ca. 200.000€ generiert.

Creative Consulting & Upper Funnel Expansion

Neben Performance-Kampagnen unterstützen wir auch im Bereich YouTube & Demand Gen, um PURELEI gezielt einer neuen Zielgruppe zu präsentieren und den Full-Funnel-Ansatz zu stärken.

Nach der Umsetzung einer klaren Roadmap inkl. Testing Konzept, konnten wir den Umsatz innerhalb der YouTube & Demand Gen Kampagnen um 160% steigern.

Diese Ergebnisse sind nur durch unser Full-Suite-System möglich:





1. Learning

Low-Hanging-Fruits (z.B. Kostenlose Shopping Einträge) werden oft übersehen.



2. Learning

Eine performance-basierte Segmentierung der Produkte innerhalb von PMAX-Kampagnen, kann ein starker positiver Treiber für den CM3 sein.

Ansprechpartner



Jakob Doll

Geschäftsführer

ondevi GmbH

Landsbergerstr 98,
80339 München

jakob.doll@ondevi.com

ondevi.com

