

Fallstudie: Autoversicherer „Direct Line“ geht auf Nummer sicher mit DoubleClick

30.10.2006, 14:43 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *DoubleClick Deutschland GmbH*

Presseagentur: *Zucker.Kommunikation*



Fallstudie: Autoversicherer „Direct Line“ geht auf Nummer sicher mit DoubleClick

Verbesserte Neukundenakquise mit branchenführendem Suchmaschinenmarketingtool DART Search

Frankfurt, im Oktober 2006 – Ohne geht es nicht: Kfz-Versicherungen gehören in den meisten Ländern Europas zu den Pflichtversicherungen, die jeder Autofahrer braucht. Angesichts eines starken Wettbewerbs in diesem Marktsegment wollte „Direct Line“, einer der führenden Anbieter von Kfz-Versicherungen in Europa, für seine italienische Niederlassung eine Suchmaschinen-Kampagne durchführen lassen, um seinen Wettbewerbsvorsprung zu sichern. Suchmaschinen-Marketing ist nicht nur eine wichtige Komponente zur Kundenneugewinnung, sondern auch das Schwerpunktthema der aktuellen Fallstudie von DoubleClick.

Ziel von Direct Line war es, über Paid-Search-Programme in bekannten Suchmaschinen die Zahl der Versicherungsangebote zu erhöhen, die von potenziellen Neukunden angefordert werden, ohne dabei Kompromisse in Qualität und Effizienz eingehen zu müssen. Die Aufgabe übernahm die italienische Niederlassung von Isobar, ein Tochterunternehmen von Aegis Media, das mit der Durchführung einer entsprechenden Kampagne beauftragt wurde.

Durch den Einsatz von DART Search von DoubleClick war Isobar in der Lage, eine große Zahl von Schlüsselwörtern für Direct Line zu verwalten und nachzuverfolgen sowie häufige Änderungen der Anzeigentexte innerhalb der Kampagnen durchzuführen. Das Ergebnis: Direct Line konnte die Hauptziele seiner Kampagne erreichen und die Anzahl der Versicherungsangebote erhöhen.

„Das Bid-Management-Tool DART Search – und die Unterstützung unseres Partners Isobar – hat eine wichtige Rolle dabei gespielt, die Ziele von Direct Line zu erreichen. Wir konnten das Volumen erhöhen, ohne Kompromisse bei der Effizienz eingehen zu müssen. Das Tool hat es uns ermöglicht, verschiedene Gruppen von Keywords mit einer einzigartigen Strategie effektiv zu verwalten“, sagt Barbara Panzeri, Marketing-Leiterin bei Direct Line Italien.

„Immer mehr Agenturen und Werbungstreibende entscheiden sich für den Einsatz von Dart Search, denn noch nie war es so einfach, komplexe Suchkampagnen zu verwalten und zu optimieren. Das Ergebnis von Direct Line spricht für sich selbst. DART Search hat maßgeblich dazu beigetragen, in nur 12 Wochen das Klickvolumen von Direct Line auf Google bis zu 59 Prozent zu erhöhen. Wir freuen uns sehr, dass wir mit unserer Technologie Direct Line unterstützen konnten, seine anspruchsvollen Ziele zu erreichen“, sagt Ben Regensburger, President DoubleClick International.

Redaktionsservice: Die komplette Fallstudie von DoubleClick können Sie unter doubleclick@zucker-kommunikation.de anfordern.

Pressekontakt:

Zucker.Kommunikation

Team DoubleClick

doubleclick@zucker-kommunikation.de

Tel: 030/247 587-0

Fax: 030/247 587-77

Über DART Search

DART Search ist eine DoubleClick-Lösung, mit der Werbungtreibende Suchmaschinen-Marketing-Kampagnen implementieren, managen und ihre Gewinne steigern können - über alle Suchmaschinen hinweg. Darüber hinaus ist DART Search in die führende Ad-Management-Lösung DART for Advertiser (DFA) integriert. Das erlaubt besseren Einblick und die Vermeidung von Duplikaten in den verschiedenen Multi-Channel-Kampagnen.

Über DoubleClick

DoubleClick bietet die ganze Bandbreite an Technologien und Dienstleistungen an, mit denen Media-Agenturen, Werbungtreibende und Web-Publisher erfolgreich zusammenarbeiten und optimal von ihren Investitionen in das digitale Marketing profitieren können. Unser Fokus auf Innovation, Zuverlässigkeit und unsere langjährige Expertise erlaubt es unseren Kunden, die Produktivität und die Ergebnisse ihrer digitalen Marketing-Aktivitäten zu verbessern.

Portrait

DoubleClick ist global aufgestellt. Die Unternehmenszentrale befindet sich in New York City. Weltweit verfügt DoubleClick über 21 Niederlassungen, von denen aus über 1.500 Kunden betreut werden. Das Headquarter für EMEA ist in Dublin beheimatet. Zudem ist DoubleClick in Deutschland in Hamburg, Düsseldorf und Frankfurt vertreten.

News-ID: 105976 • Views: 2023 (Stand: 15.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/105976/Fallstudie-Autoversicherer-Direct-Line-geht-auf-Nummer-sicher-mit-DoubleClick.html>