

De full-funnelstrategie

De uitdaging

Hoe kan Wehkamp effectief haar merk versterken en koopintentie stimuleren?



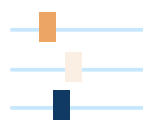
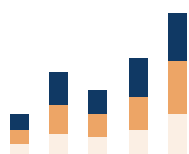
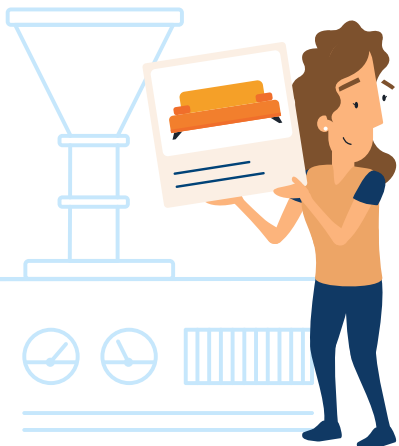
Onze strategie richtte zich op het creëren van merkbekendheid, het versterken van merkassociaties en het stimuleren van koopintentie door de verschillende fasen van de klantreis.



Samen met Wehkamp creëerden we verschillende advertenties die gericht inspeelden op het gedrag en de intentie van de doelgroep.



Door slim gebruik te maken van onze intentdata en campagne-optimalisaties zorgden we ervoor dat de campagne-KPI ruim boven onze benchmarks scoorde.



Uitkomst

95%

geholpen merkbekendheid onder Marktplaats-gebruikers.

35%

associatie met "betaalbare en trendy meubels". Een stijging van 9%.

50%

bannerherkenning wijst op een sterke creatieve uitvoering.

222%

stijging in zoekopdrachten naar HK Living op Marktplaats.

De juiste mix

Deze aanpak laat zien hoe een full-funnelstrategie merkversterking en hogere koopintentie oplevert door de juiste mix van bereik, creatie en targeting.

