

38% mehr Conversions für eine Multi-Channel-Kampagne mit Hilfe der KI-Algorithmen von Nexoya

HERAUSFORDERUNGEN

- Ihr komplexes Kampagnenmanagement auf eine neue Ebene zu heben.
- Optimierung der Marketingbudgets ohne Mehrausgaben.
- Integration von KI-Technologien in digitale Marketingprozesse und Test selbiger.

DIE LÖSUNG VON NEXOYA

Dank der Kampagnenoptimierung von Nexoya konnte Swisscom ihr Budget deutlich effizienter einsetzen.

Durch den Einsatz von KI zur Vorhersage von Trends für relevante Metriken wie Cost per Thousand Impressions (CPM), Cost per Click (CPC) und Cost per Acquisition (CPA) wurde die optimale Budgetzuweisung für jeden Kanal und jede Kampagne ermittelt und dem Team vorgeschlagen.

– Eine Herausforderung, die ohne KI-Technologie kaum zu bewältigen ist.

WICHTIGSTE VORTEILE

- Kein Rätselraten oder Best Guess bei der Entscheidungsfindung.
- Hochwertige Vorhersagen dank Nexoya's Machine Learning Algorithmen.
- Bis zu 38% mehr Conversions in nur 3 Wochen.
- Effizientere Verteilung des Marketingbudgets.



Unternehmen im Überblick

- Unternehmen: Swisscom
- Branche: IT
- Hauptsitz: Bern
- Grösse: 19,100
- Typ: Unternehmen
- Optimierte Marketing Kanäle: Adobe Analytics, Google Ads, Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, Oracle Eloqua



"Dank Nexoya konnten wir die Conversions unserer Multi-Channel-Kampagnen um bis zu 38% steigern."



Milos Radovic

Leiter Marketing Strategie & Entwicklung bei Swisscom