



CASE STUDY

Das **Rittergut Ankensen** optimiert mit Allon das Targeting der Social-Media-Kampagnen und steigert die Lead-Anzahl um 1.600%.

HERAUSFORDERUNG

Als Kleinunternehmen stehen dem Rittergut Ankensen nur limitiert finanzielle und personelle Ressourcen zur Verfügung. „Da sich naturgemäß als Hochzeits-Location kein Bestandskundenstamm aufbauen lässt, müssen wir immer wieder zu relativ hohen Kosten Neukunden akquirieren“, so Maximilian Edeler, Inhaber und Geschäftsführer des Rittergut Ankensen.

„Um uns nachhaltig im Premiumsegment des Marktes etablieren zu können, musste die Reichweite unserer Social Media Werbekampagnen signifikant erhöht werden. Gleichzeitiger aber sollten Streuverluste auf ein absolutes Minimum reduziert werden, um eine Verschwendung der ohnehin knappen Ressourcen zu verhindern.“

1.600% 100%

Mehr Leads

Mehr Abschlüsse



Klassische Marktforschungsaktivitäten als Grundlage für eine passgenaue Zielgruppenansprache sind für uns jedoch aus Kostensicht nicht realisierbar.“

Das Rittergut Ankensen war also auf der Suche nach einem alternativen Lösungsansatz zur Zielgruppenanalyse, um Insights-basiert das Zielgruppen-Targeting ihrer Social Media Leadgenerierungskampagnen zu steigern.



Mit dem KI-gestützten Targeting von Allon konnten wir sämtliche KPIs unserer Social Media Kampagnen enorm verbessern!



Maximilian Edeler
Inhaber und Geschäftsführer
Rittergut Ankensen



Rittergut Ankenen

Über das Rittergut Ankenen

Das Rittergut Ankenen, bestehend aus Herrenhaus, Backhaus und Gutspark, ist heute ein vielfältiger, kultureller Veranstaltungsort im Kulturdreieck Braunschweig-Celle-Hannover. Das ehemalige Backhaus aus dem Jahre 1886 wurde aufwendig restauriert und dient heute als Außenstelle des Standesamtes, sodass sich das Rittergut zu einer präferierten Hochzeits-Location in traumhafter Kulisse entwickelt hat.

DIE LÖSUNG

„Wir haben uns dazu entschlossen, die KI-gestützte Analyse von Allon zu testen, um mehr über unsere Zielgruppe zu erfahren“, so Edeler. Die Zielgruppe wurde im Allon Dashboard anhand der Attribute Alter, Sozioökonomischer Status, Geografie (Umkreis zur Location) und verlobt bzw. möchte heiraten modelliert.

Innerhalb weniger Minuten standen dem Rittergut Ankenen wertvolle Erkenntnisse hinsichtlich Persönlichkeitsmerkmalen, Vorlieben und Interessen sowie der entsprechenden Medien-nutzung der Zielgruppe zur Verfügung.

„Die Erkenntnisse aus der Analyse waren super interessant. Wer kommt schon darauf, dass die eigene Zielgruppe eine hohe Affinität zu Avril Lavigne hat?“

Mit den neuen Insights wurde nun das Kampagnen-Targeting angereichert.

Über einen A/B Test konnte die Performance des Allon Targetings mit dem ursprünglichen Zielgruppen-Targeting in dem sozialen Netzwerk verglichen werden.

Deutliche Performance-Steigerung



Reichweite
10x größere Reichweite



Website Besuche
4x mehr Website Besuche

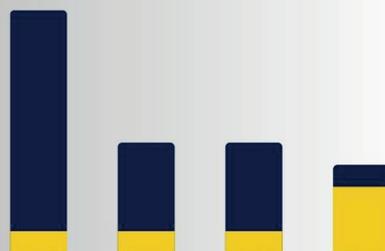


Klicks
4x mehr Klicks



Cost per Click
72% weniger Klickkosten

■ Ursprüngliches Targeting
■ Allon Targeting



Die Ergebnisse

Innerhalb der zweiwöchigen Testphase konnte das Rittergut Ankenen einen signifikanten Anstieg sämtlicher KPIs der auf dem Allon Targeting basierten Kampagne im direkten Vergleich zur Kontroll-Kampagne feststellen.

Entdecke deine Zielgruppe auf

www.ailon.io

Kontakt

+49 4131 2270 000
kontakt@erason.de

ERASON GmbH
Wilschenbrucher Weg 39
21335 Lüneburg