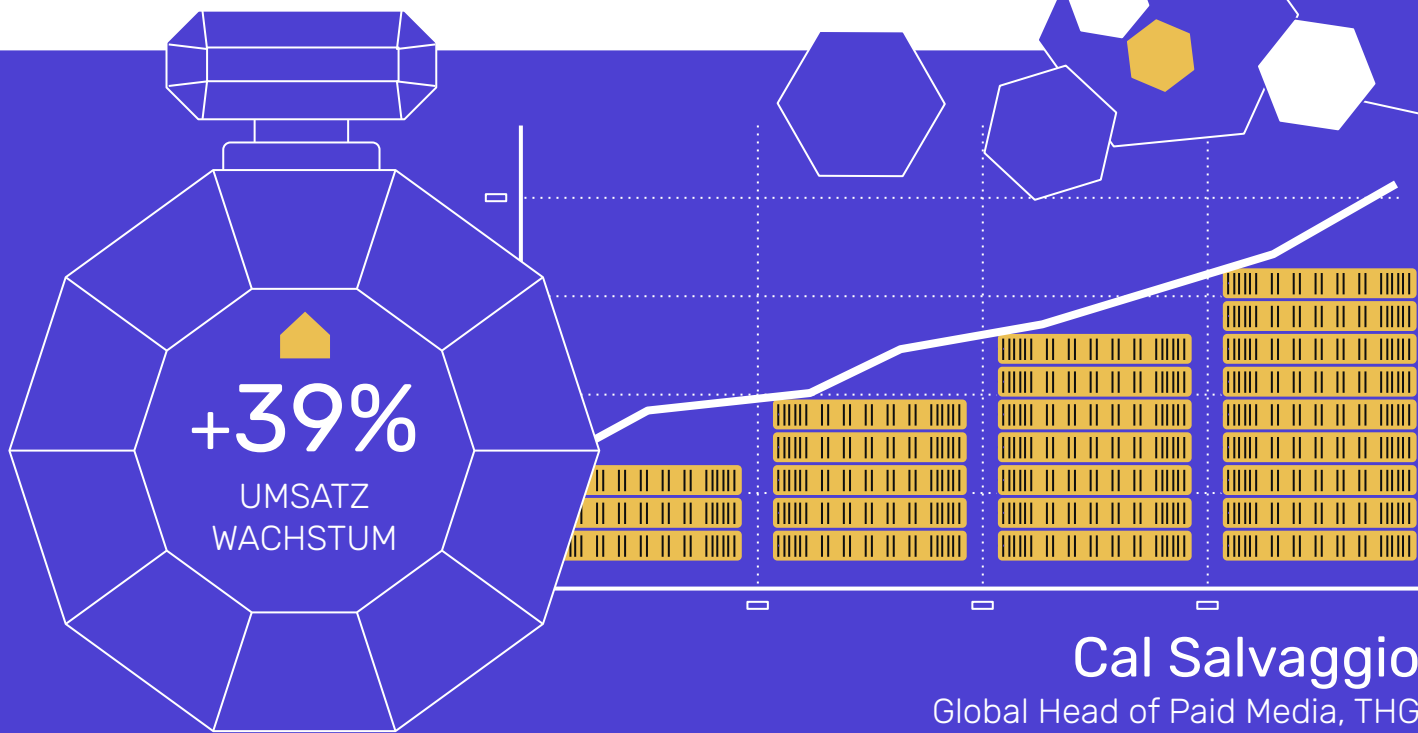


# LOOKFANTASTICS PMax Makeover: +39% mehr Umsatz mit einer globalen PMax-Strategie



# Erste PMax Probleme

THG ist renommiert für qualitativ hochwertige Marken und Premiumprodukte. Bei der **PMax-Optimierung** geriet das Unternehmen **allerdings ins Schleudern**.

Es ist nicht einfach, eine Vielzahl von **Shops** mit ihren individuellen Zielen zu managen. Denn das Beste für jeden Store aus Google Ads herauszuholen, **erfordert viel manuelles Fingerspitzengefühl**.

**Performance Max** machte die Sache nicht gerade leichter. Im Gegensatz zu Google Shopping war PMax für THG ein bisher unerforschtes Terrain ...

- PMax **fehlende Kontrolle im Ads-Feintuning** führte dazu, dass THG eine Kampagne über **sein gesamtes Portfolio** erstellt hat. Dadurch wurden alle Artikel gleichgestellt und **Ads-Budget verschwendet**.
- PMax verlangt eine **zeitintensive, manuelle Optimierung**, um Artikel am effizientesten pushen zu können.

Daraufhin kämpfte THG mit einigen **Problemen**:

- Eine ineffiziente Kampagnenstruktur und Budgetierung führten zu weniger Webtraffic, schwachen Verkaufszahlen und **verpassten Chancen**.
- Der Zeitaufwand, PMax zu optimieren, bedeutete, dass THG **notwendigere, strategische Prozesse hintanstellen musste**.

Mit **smecs Unterstützung** war THG bereit, diese Probleme zu lösen.



THG ist eine vertikal integrierte, digital orientierte Unternehmensgruppe für Verbrauchermarken. Das Unternehmen **betreibt drei weltweit führende Geschäfts-Segmente** in den Bereichen Beauty, Nutrition und Ingenuity – alle mit Ursprung in Großbritannien.

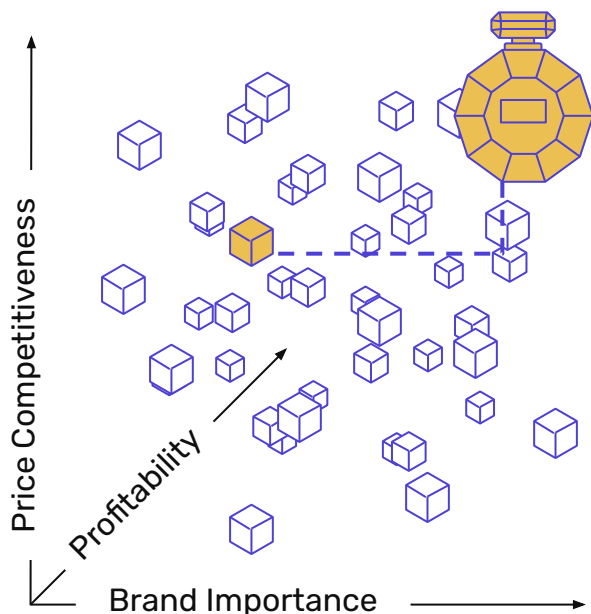
# Ein Software Boost

THG fand die Lösung seiner PMax-Probleme in **smecs** hauseigener Software.

Mit Hilfe unseres **Campaign Orchestrators** konnte THG sein gesamtes Produktsortiment analysieren und in **strategisch wichtige Segmente unterteilen**.

Dadurch identifizierte THG Produkte, die direkt zum Erreichen seiner Geschäftsziele beitragen. So konnte es **Werbemaßnahmen** auf Artikel mit dem **höchsten Potenzial konzentrieren**.

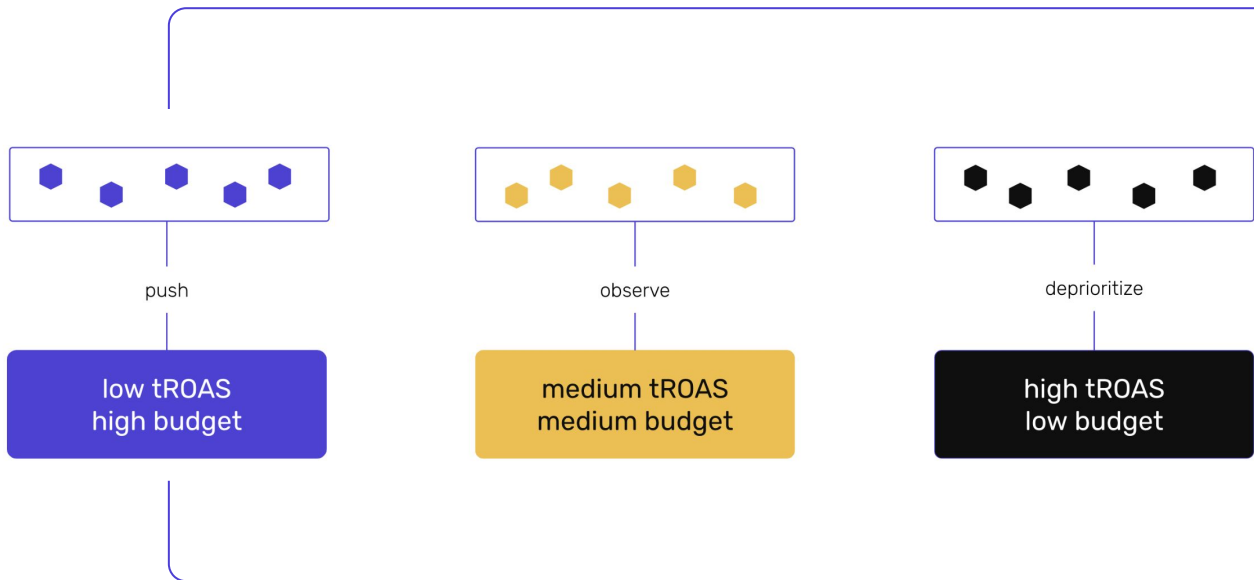
THGs PMax-Strategie basierte auf **drei entscheidenden Säulen**:



## Dynamic Segments mit multidimensionalen Produktdaten.

- Dynamic Segments ist ein Feature unserer Software, welches das Sortiment anhand **einer Vielzahl relevanter** Geschäftsmetriken analysiert, um die strategisch kritischsten Produkte **zu priorisieren**.
- Multidimensionalität identifiziert auf Basis umfassender KPIs Artikel, die das größte Potenzial haben, **zur langfristigen Profitabilität beizutragen**.
- Das dynamische Segmentieren des Sortiments nach **relevanten Produktattributen** ist die Basis zur Entwicklung von **zielorientierten Werbekampagnen**.

Dynamic Segments nutzen ein Predictive AI Model um THGs gesamtes Sortiment zu analysieren. Dadurch wurden Muster und Produktpotenzial auf Basis unterschiedlicher Faktoren, wie Eigenmarken und Standorte, identifiziert. Das erlaubt THG das **Erstellen und Optimieren von Kampagnen**, die diesen Faktoren genauestens entsprechen.



## Automatisierte Kampagnenerstellung

- smec's Campaign Orchestrator berechnet passende tROAS-Ziele und Budgets für jedes Segment, bevor diese in entsprechende Kampagnen umgewandelt werden.
- Um Änderungen in den Zielen und im Portfolio zeitnah zu berücksichtigen, wird dieser Prozess täglich wiederholt. So werden die **über 250.000 Produkte in THGs Katalog** in den stets relevantesten Kampagnen beworben.

Das garantiert Kampagnen, die perfekt auf die Geschäftsziele von THG zugeschnitten sind.

Zu guter Letzt brachte die dritte Säule dieser Strategie ...

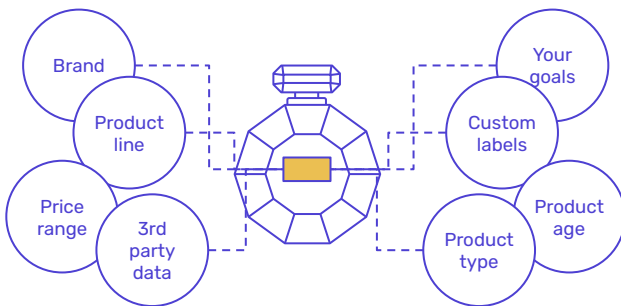
## Umfassende Performance Insights:

- Durch ein **tagesaktuelles Monitoring der Performance** ihrer Kampagnen und Artikel haben THGs Teams volle Kontrolle im Feintuning von Kampagnen und Zielen.
- Besser noch: Unsere **PPC-ExpertInnen teilen ihr Fachwissen** und unterstützen mithilfe von Wettbewerbsanalysen, Benchmark-Reports und individuellen Dashboards **direkt THGs Entscheidungsprozess**.

Und so funktionierte das für THGs **LOOKFANTASTIC Shop** in der Praxis ...

# LOOKFANTASTIC

Mit smecs Dynamic Segments schaffte LOOKFANTASTIC eine profitable Balance zwischen **Brand Promotions** und **Warehouse Logistics**.



LOOKFANTASTIC vertreibt als einer von drei **Pure-Play-Shops** der **THG Beauty-Sparte** Premiumprodukte in den Bereichen Hautpflege, Haarpflege, Kosmetik und Duft.

Um die Gewinne ihrer PMax-Kampagnen zu maximieren, mussten sie **auf die einzigartigen Geschäftsziele** von LOOKFANTASTIC ausgerichtet werden.

Dazu konfigurierte das Unternehmen den **Campaign Orchestrator** unter Einbeziehung von:

1. **Schlüsselprodukten**
2. **Zielländern**
3. **Lagerstandorten**

Und so hat LOOKFANTASTIC die Software **auf ihre Strategie ausgerichtet**:

## Marken Strategie

smecs Software wurde auf das Pushen von Kernmarken und Schlüsselprodukten optimiert.

## Kannibalisierungs-Risiken

Eine smarte Ads-Platzierung vermeidet die Überschneidung von Anzeigen für dieselben Produkte in anderen THG-Shops.

## Lagerstandort-Optimierung

Produkte aus kostengünstigen Lagerstandorten zu bewerben, gewährleistete eine nachhaltige Rentabilität.

## Markt-Optimierung

Mithilfe der Software passte LOOKFANTASTIC sein Sortiment auf die lokalen Trends unterschiedlicher Länder an.

# Strategischer Marken-Push

LOOKFANTASTIC nutzte Dynamic Segments, um **wachstumsträchtige Marken** strategisch hervorzuheben.

Mit Dynamic Segments, LOOKFANTASTIC fütterte den PMax-Algorithmus mit **einer Vielzahl relevanter Business-Faktoren**:

## Verkaufsdaten:

Historische Verkaufsdaten, die Dauerbrenner hervorheben.

## Marktdaten:

Zum Identifizieren von Produktpotenzial auf Basis der Besonderheiten bestimmter Märkte.

## Partnership Agreements:

z.B. exklusive Artikel von Partnermarken oder Sonderangebote zum Steigern der Brand Visibility oder Customer Value.

smecs Campaign Orchestrator analysiert das gesamte Produktportfolio nach **Verkaufs-, Markt-, Produktdaten und Lagerstandorten** und definiert so das Conversion-Potenzial jedes Produkts, basierend auf diesen Faktoren. Danach segmentiert sie Produkte **in 3 bestimmte Kampagnen**:

Dank **Partnership Agreements** profitiert LOOKFANTASTIC davon, bestimmte Marken verstärkt zu bewerben. Unsere Software erlaubt es, die **Werbeanzeigen dieser Artikel voranzustellen**.

Doch diese multidimensionale Produktsegmentierung **geht noch weiter**.

Eine Vielzahl von THGs Töchtershops vertreiben die selben Produkte. Um einer potentiellen Markenkannibalisierung verwandter Shops vorzubeugen, kann die Software auf eine bevorzugte **Werbeplatzierungen bestimmter Shops** gegenüber anderen **ausgerichtet werden**.

Strategisch wichtige Produkte gezielt zu bewerben, ist erst der Anfang. Die **effizientesten Versandoptionen für diese Produkte** zu identifizieren, ist ein ganz anderes Kaliber.

Genau hier **besticht unsere Software**.

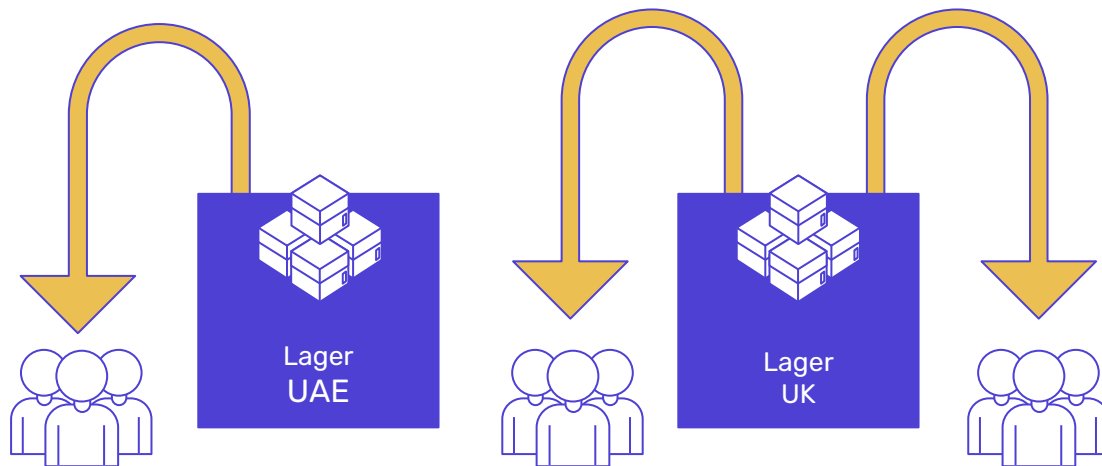
Eine Kampagne für Produkte mit **HOHEM** Conversion Potenzial.

Eine Kampagne für Produkte mit **MITTLEREM** Conversion Potenzial.

Eine Kampagne für Produkte **OHNE** Conversion Potenzial.

# Ein globaler Ausblick

LOOKFANTASTIC segmentierte seine Kampagnen nach lokalen Trends und den **den kostengünstigsten Lagerstandorten**.



Mit einer **Warehouse-Logistics-Strategie** und auf lokale Trends zugeschnittenen Kampagnen hat LOOKFANTASTIC seine globale Marktführung nachhaltig verbessert.

Basierend auf kritischen Verkaufs- und Marktfaktoren wurden die kostengünstigen **Lagerstandorte** in die Kampagnen einbezogen.

So wurden Produkte mit **höherer Rentabilität aufgrund niedrigerer Versandkosten aus bestimmten Lagern** priorisiert. Dies steigerte die Gewinnspanne durch die **Minimierung von Ausgaben** an weniger effizienten Standorten.

Den PMax-Algorithmus mit **geschäftskritischen Daten** zu ...

... speisen ermöglichte außerdem die Anpassung von Kampagnen an unterschiedliche internationale Zielmärkte. **Dabei berücksichtigt die Software:**

- **Besondere Markttrends** und die
- **Performance bestimmter Artikel** in diesen Märkten.

Dadurch wurden nicht nur die Kundenbedürfnisse in den jeweiligen Regionen abgedeckt, sondern auch eine nachhaltige **Marktdurchdringung und Umsatzmaximierung** erreicht.

Das führte bei LOOKFANTASTIC zu einer gestiegenen Effizienz und **einer stärkeren Marktposition**.

# Einzigartige Kontrolle

LOOKFANTASTIC erzielte die volle Kontrolle über sein Portfolio und **stärkte seine globale Marktführung.**

Für LOOKFANTASTIC war PMaxs intransparenter Algorithmus der Ursprung eines ineffizienten Kampagnen-Setups.

Da PMax nicht die Kcontroloptionen bietet, die das Unternehmen von Google Search Ads gewohnt war, suchte LOOKFANTASTIC nach Wegen, die Kontrolle über seine Kampagnen zurückzugewinnen.

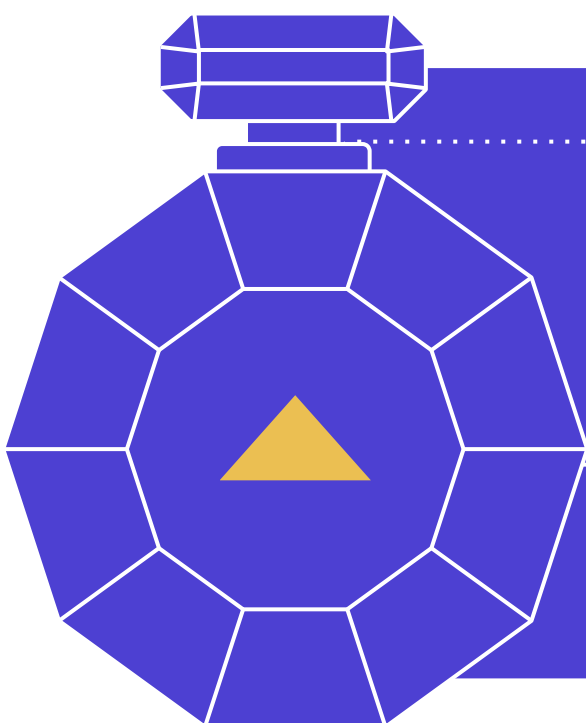
Der smec Campaign Orchestrator kam LOOKFANTASTIC da gelegen:

smecs Dynamic Segments feature fütterten Googles Algorithmus mit hochwertigen Geschäftsdaten. Von Verkaufs- über Marktdaten, bis hin zu Lagerstandorten.

Basierend darauf erzielte LOOKFANTASTIC mit einer **automatisierten Kampagnen-erstellung** nicht nur ein effizientes Portfoliomanagement, sondern auch maßgeschneiderte Kampagnen im Einklang mit den **individuellen Bedürfnissen von über 20 internationalen Märkten.**

Die Implementierung dieser PMax-Strategie führte im Kernmarkt Deutschland zu einer **ansehnlichen Umsatzsteigerung von über 39%!**

Doch THGs PMax-Erfolg endete nicht mit LOOKFANTASTIC ...



**+39%**

täglicher Umsatz

im Kernmarkt  
Deutschland

# Erfolg der begeistert

THG stärkte die Marktposition **seiner gesamten Beauty-Sparte.**

Mit smecs Campaign Orchestrator konnte THG nicht nur die Profitabilität all seiner Shops boosten, sondern auch **seinen Workflow auf gewinnbringende Geschäftsstrategien ausrichten.**

Mit Fokus auf strategisch wichtige Produkte **stärkte THG seine Marktführung.**

Die Integration von **Warehouse Logistic begünstigt** einen effizienten Warenversand.

THG erzielte **bis zu 42% mehr Umsatz** für seine wichtigsten 'Beauty'-Shops.

"smecs Campaign Orchestrator hat unsere Kampagnen perfekt auf unsere kritischen Geschäftsziele abgestimmt. So konnten wir unsere Marketingeffizienz deutlich verbessern.

Der geschärfte Fokus auf unsere Schlüsselprodukte hat unsere Marktpräsenz gestärkt und echte Gewinne erzielt.

Wir sind begeistert von der Partnerschaft mit smec und freuen uns auf alles, was noch bevorsteht."

Cal Salvaggio  
Global Head of Paid  
Media, THG

Hier die Ergebnisse:

+42%

Umsatz für CultBeauty

+19%

Umsatz für skinstore

Die Zahlen wurden im Jahresvergleich gemessen  
(Vergleich März-Juni).

# Starke Performance

Seit knapp 20 Jahren hilft smec Onlinehändlern, das Beste aus ihren Google- und Microsoft-Kampagnen herauszuholen.

Unser Ansatz ist einzigartig: Wir kombinieren **maßgeschneiderte Software** mit dem **Know-how unserer PPC-ExpertInnen** zur Optimierung von SEA-Kampagnen.

Anstatt blindlings Anzeigen zu schalten, stellen wir sicher, dass diese präzise auf die Geschäftsziele der Einzelhändler abgestimmt sind.

Ob es darum geht den ROAS zu verbessern, bestimmte Produktgruppen zu pushen, oder die allgemeine Profitabilität zu steigern - unsere Software **passt Kampagnen an diese Ziele an**.

## Warum smec?

Anerkannte Expertise:



Preisgekrönte Technologie::



**Das Beste? Kanalübergreifende Optimierung!** Statt in nur einem Teich zu fischen, verknüpft unser KI-Modell Daten von Microsoft und Google, um Kampagnen über die wichtigsten Netzwerke hinweg **ganzheitlich auszusteuern**.

**Mit uns gewinnen Händler wieder Kontrolle über ihre Kampagnen!** Mit modernen Testmethoden und detaillierten Performanceberichten können Händler ihre Kampagnen **zielgerichtet optimieren**.

500M

Google  
Ads-Budget  
unter Verwaltung

5 Mrd.

Jährlich  
generierter Umsatz  
für unsere Kunden

115+

Performance  
Marketing  
ExpertInnen

49

Länder in  
denen wir  
aktiv sind

Contact us