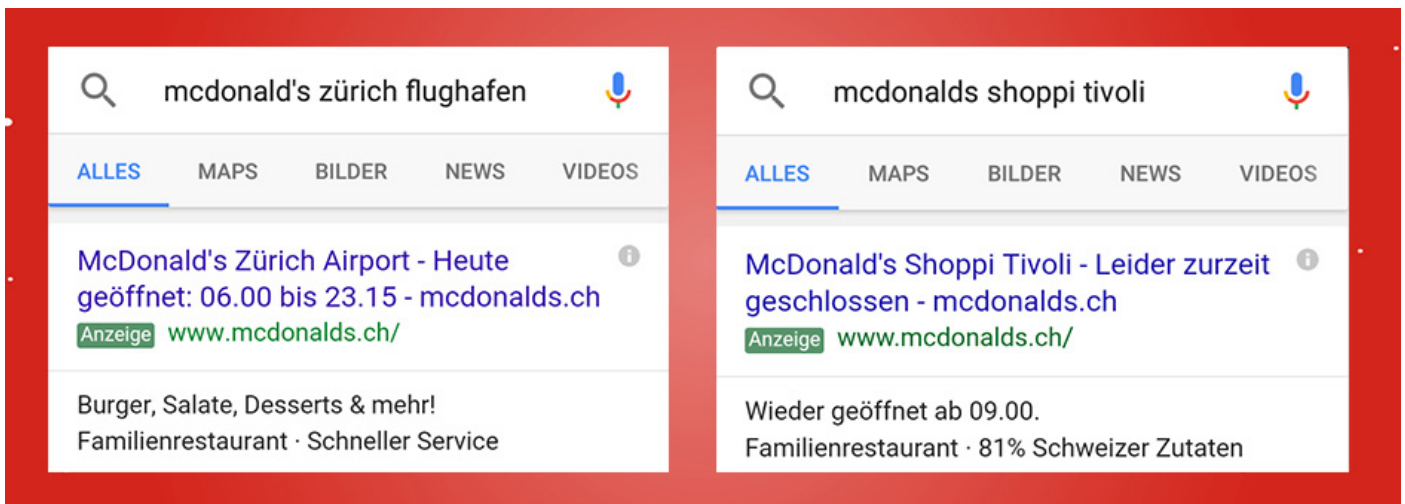


«Webrepublic hat mit ihrem kreativen Ansatz etwas erreicht, was damals mit den Tools von Google nicht zu machen war – und was für unseren Last-Mile-Approach entscheidend ist.»

Ben Proske,
Digital Lead,
McDonald's Switzerland

Tausende McDonald's-Kunden wissen jederzeit, ob das nächstgelegene Restaurant geöffnet hat.



Effizienz steigt: Die Zielgruppe findet die relevanten Informationen, ohne auf die Anzeige klicken zu müssen. Die CTR sinkt um ganze 11 %.

Mehr als 660 automatisch generierte Anzeigen von Webrepublic

Täglich suchen hungrige Burgerfans auf Google nach den Öffnungszeiten und Adressen eines der über 160 McDonald's-Restaurants in der Schweiz. Google zeigt seit Ende 2015 zwar dank Standorterweiterungen in den entsprechenden AdWords-Anzeigen die Adressen, nicht aber die Öffnungszeiten der Restaurants an.

Um die gewünschte Information zu finden, müssen die Kunden auf ein Suchresultat klicken. Dies aber steht im Widerspruch zum Bestreben von McDonald's, potenziellen Kunden, die sich in der Nähe eines Restaurants aufhalten, Öffnungszeiten und Wegbeschreibungen leicht zugänglich zu machen. Dies gilt insbesondere für Kunden, die gerade unterwegs sind und über Mobilgeräte nach den Informationen suchen.

Die Software-Ingenieure der Webrepublic haben einen Weg gefunden, Nutzern in der Headline von AdWords-Anzeigen mit lokalem Bezug das anzuzeigen, wonach sie suchen. So wissen heute dank Webrepublic täglich tausende McDonald's-Kunden jederzeit die korrekten Öffnungszeiten des gesuchten Standortes. Dank der Integration der entsprechenden Standorterweiterungen in die Anzeigen können die User mit nur einem Klick die Navigation mit Google Maps zum entsprechenden Restaurant starten.

Hier geht's zum Case-Study-Film: <http://wbrp.li/2jHcqdT>.

Erbrachte Dienstleistungen:

- ★ Software-Engineering
- ★ AdWords



Unternehmensfakten McDonald's Schweiz

Sektor:	Gastronomie
Mitarbeiter:	7200 (2015)
Umsatz:	701,9 Mio. CHF (2015)
Gegründet:	1976
Webrepublic-Kunde:	seit 2015
Website:	mcdonalds.ch



Das Projekt im Detail

Ausgangslage

- ★ Täglich suchen Tausende von McDonald's-Kunden nach den Öffnungszeiten eines der über 160 Restaurants.
- ★ Googles Standorterweiterungen für AdWords zeigen Anfang 2016 noch keine Öffnungszeiten an.
- ★ Rund zwei Drittel der Suchanfragen werden unterwegs über ein Smartphone getätigt.
- ★ Eine Mehrheit der Suchanfragen haben lokalen Bezug wie etwa Öffnungszeiten und Ortsnamen.

Ziele

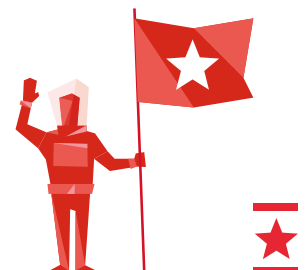
- ★ McDonald's will den Kunden, die nach einem ihrer Lokale suchen, mittels AdWords die nötigen Informationen anzeigen, damit die Besucher auf dem direktesten und bequemsten Weg zu ihnen finden.
- ★ Die Lösung soll kostengünstig und schnell implementierbar sein.

Massnahmen

- ★ Die Software-Ingenieure der Webrepublic entwickeln ein Script, das alle fünf Minuten über 660 AdWords-Anzeigen automatisch auf ihre Richtigkeit bezüglich Öffnungszeiten überprüft und falls nötig anpasst. So werden die relevanten Informationen in der Headline gut sichtbar angezeigt. In diesem Fall die korrekten Öffnungszeiten der gesuchten Filiale. Falls das Lokal bereits geschlossen hat, werden die Öffnungszeiten des Folgetags angezeigt.
- ★ Durch die Verknüpfung der Anzeigen mit den passenden Standorterweiterungen können User mit nur einem Klick die Google-Maps-Navigation zum entsprechenden Restaurant starten.

Ergebnisse

- ★ **Relevanz:** Dank mehr als 660 automatisiert generierten Anzeigentexten wissen täglich mehrere tausend McDonald's-Fans, ob und bis wann das von ihnen gesuchte Restaurant geöffnet hat.
- ★ **Effizienz:** Dank der aufschlussreichen Headline der Anzeigen müssen die User dazu nicht einmal mehr auf die Anzeige klicken. Das führt zu einer um 11 % geringeren CTR. Das bedeutet in diesem Falle, dass die Kampagne, die McDonald's fährt, um Kunden in ihre Restaurants zu führen, um 11 % effizienter wird.
- ★ **Reichweite:** Dank des systematischen Ausbaus der Keyword-Welten wurden Impressions für die Kampagne in den ersten drei Monaten um 220 % gesteigert. Dank des lokalen Bezugs werden die Anzeigen denjenigen Nutzern ausgespielt, die mit hoher Wahrscheinlichkeit ein Restaurant besuchen werden.



«Unsere Zielgruppe soll den Weg zum nächsten Restaurant so schnell und einfach wie möglich finden.»»

**Ben Proske,
Digital Lead,
McDonald's Switzerland**

Webrepublic AG
Seefeldstrasse 233
8008 Zürich

+41 44 542 90 60
office@webrepublic.com
www.webrepublic.com

Webrepublic AG
Avenue de Sévelin 32a
1004 Lausanne

+41 21 545 50 18
office@webrepublic.com
www.webrepublic.com

