



Lufthansa

Mit Search Insights zur profitablen Flugauslastung





Lufthansa

Mit Search Insights zur profitablen Flugauslastung



Think with Google

Sichere Steuerung in turbulenten Zeiten

Die Corona-Pandemie stellte die Lufthansa vor völlig neue Herausforderungen. Um auf den unberechenbaren Markt effektiv reagieren zu können, setzt die Airline auf Google Search Insights – nicht nur, um Kampagnen zu optimieren, sondern auch, um die veränderte Nachfrage zu erkennen und auf dieser Basis Flüge möglichst optimal zu bewerben.

Resultate:

Automatisierte Analyse
von Trends und Nachfrage.

Agile und effiziente
Steuerung und
Vermarktung von
Reisezielen.

„Google Search hilft uns, mit automatisierten Prozessen weltweit Kunden zu finden und auf Marktveränderungen flexibel zu reagieren.“

Tamur Goudarzi Pour,
Chief Commercial Officer bei Swiss
International Air Lines & Senior Vice
President Channel Management bei
Lufthansa Group Airlines



Weitere Cases und die Top-Suchttrends des letzten Jahres bei [Think with Google](#)



Mit Search Insights zu nachhaltigem Unternehmenswachstum





Mit Search Insights zu nachhaltigem Unternehmenswachstum



Think with Google

Mit neuen Perspektiven durch die Krise

Durch Covid-19 hat sich das Nutzungsverhalten der Kundinnen und Kunden von adidas stark verändert. Google Search Insights halfen dem Sportartikelhersteller dabei, neue Trends wie bspw. Home Fitness und Yoga frühzeitig zu erkennen und die E-Commerce-Aktivitäten in diesen Bereichen gezielt zu verstärken. Belohnt wurde dieser kundengetriebene Ansatz letztlich mit einem deutlichen Umsatzplus.

Resultat:

+53 %

E-Commerce-Umsatz

„Google Search ist für uns eine wertvolle Informationsquelle, um neue Trends frühzeitig zu erkennen.“

Lauren Geenen,
Director Performance
Media EU bei adidas



Weitere Cases und die Top-Suchttrends des letzten Jahres bei [Think with Google](#)



Kund:innen besser verstehen und neue Angebote entwickeln





Kund:innen besser verstehen und neue Angebote entwickeln



Think with Google

Ganzheitlich auf Erfolg eingerichtet

Der Online-Möbelhändler Beliani nutzt Google Search Insights nicht nur für sein Marketing, sondern auch für die gezielte Erweiterung des eigenen Produktportfolios. Die quasi in Echtzeit generierten Einblicke in das Kundeninteresse bescherten Beliani 2020 das erfolgreichste Jahr der Firmengeschichte.

Resultate:

+42 %

Produktverfügbarkeit

+2 neue Märkte

im Jahr 2021

+64 % Umsatz

mit neuen Produkten

„Echtzeitdaten sind für uns unverzichtbar geworden, um Entscheidungen in den verschiedensten Unternehmensbereichen zu treffen.“

Dimitri Salzgeber,
Chief Marketing Officer
bei Beliani



Weitere Cases und die Top-Suchttrends des letzten Jahres bei [Think with Google](#)

PneusOnline

Mit passgenauen Angeboten expandieren



Mit passgenauen Angeboten expandieren



Mit Echtzeitdaten in die Poleposition

Für den Online-Reifenhändler [Pneus Online](#) stellte sich die Frage, wie sich die internationale Expansion in einem sehr dynamischen Geschäftsumfeld möglichst effizient und profitabel umsetzen lässt. Google Search Insights halfen dabei, die aktuelle Nachfrage in den einzelnen Märkten zu ermitteln und Investitionen strategisch zu priorisieren.

Resultate:

Umsatz über Search:

46 %

Umsatzwachstum in neuen Märkten:

+19 %

„Google Search hat uns geholfen, unsere strategischen Entscheidungen zu validieren – mit positiven Auswirkungen auf unser Geschäft!“

Kevin Castelain,
Senior Vice
President Marketing
bei Pneus Online

