



## Hoe Mollie in tijden van COVID-19 het aantal conversies met 85,85% liet groeien

### Over Mollie

Mollie is een pionier binnen de payment-industrie en een van de snelst groeiende betalingsverwerkers binnen Europa. Mollie faciliteert bedrijven van verschillende groottes om te groeien door gebruik te maken van internationale en lokale betaalmethodes. Het is de missie om de meest geliefde PSP van Europa te worden door complexe financiële diensten makkelijk te maken. Op dit moment heeft Mollie bijna 100.000 klanten. Mollie is gevestigd in Amsterdam en in verschillende andere Europese landen, waaronder Duitsland.

### De uitdaging

COVID-19 en de maatregelen die hiertegen werden genomen, hebben een enorme impact gehad op bedrijven, de maatschappij en de economie.

Als financieel dienstverlener van bijna 100.000 bedrijven, en daardoor cruciaal onderdeel van de economische infrastructuur, moest er door Mollie snel gehandeld worden. Doel was om zorgen weg te nemen en bedrijven te ondersteunen met tips en informatie tijdens deze moeilijke periode. Want zowel in goede als in slechte tijden is Mollie er om bedrijven te helpen bij complexe financiële vraagstukken.

### De oplossing

Om ondernemers te ondersteunen in deze onzekere tijden is het belangrijk om klanten gerust te stellen en te laten zien dat Mollie ondanks COVID-19 nog steeds “up and running” is. Deze boodschap werd uitgedragen via diverse artikelen. Daarnaast werden er handige tips gedeeld voor ondernemers om hun risico's rondom online betalingen en COVID-19 te verkleinen. De bovengenoemde content werd over meerdere kanalen (LinkedIn, Facebook, Google Display en Google Search) via een storytelling methode verspreid. Hierbij werden er meerdere ‘flows’ ingezet, toegespitst op of iemand interactie had gehad met de campagne en de content. Met een zeer gerichte cold targeting en retargeting zorgde SDIM ervoor dat de specifieke doelgroepen met de juiste boodschap werden geconnect.

### De resultaten

Met de bovengenoemde marketingaanpak en gekozen targeting is het aantal conversies met 85,85% toegenomen in de periode maart t/m juni 2020. De CPA was zelfs iets lager (-3%) en de conversieratio steeg van 3% naar 4%. Door de boodschap aan te passen op de nieuwe uitdagingen die COVID-19 met zich meebracht en te werken aan maximale zichtbaarheid, is het verkeer naar de website met 38% verhoogd.

**sdim.**

ONLINE MARKETING

© Copyright SDIM Online Marketing

## Improvement metrics

De doelstelling van deze campagne was om verkeer naar de artikelen te genereren, met als secundair doel conversies verkrijgen. Het verkeer naar de informatieve artikelen en klantcases is in deze periode met 256% toegenomen. YouTube is ingezet als ondersteunend kanaal en heeft meer dan 2,5 miljoen vertoningen gegenereerd.

De full funnel aanpak en relevante content in tijden van COVID-19 hebben er niet alleen voor gezorgd dat het verkeer naar de artikelen flink toenam, maar ook dat de secundaire doelstelling van conversies ruimschoots werd gehaald.

### Mollie in times of corona - message from the CEO

March 19, 2020



“Bij Mollie zijn we erg tevreden over de samenwerking met SDIM. Goed bereikbaar en altijd klaar om te helpen. Bij Mollie gebeurt er redelijk veel ad hoc. Dit is voor SDIM nooit een probleem. SDIM is een fijne sparringpartner met veel kennis en kunde in huis.”

Ivor Beurskens  
Digital Marketing Expert - Mollie

**85,85%**

Het aantal conversies is in de periode maart t/m juni met 85,85% toegenomen

**4%**

De conversieratio steeg van 3% naar 4%

**38%**

Het verkeer naar de website steeg met 38%

**256%**

Het verkeer naar de informatieve artikelen en klantcases nam met 256% toe

**sdim.**  
ONLINE MARKETING

© Copyright SDIM Online Marketing