

## CASE STUDY:

STORY SEQUENCING: WIE RENAULT DAS NEUE ALPINE MODELL MIT EINER MEHRTEILIGEN CONTENT-STRATEGIE PROMOTETE.

### ALPINE

#### Produkte:

Outbrain Amplify  
Story Sequencing

#### Branche:

- Automobil

#### Ziele:

- Awareness für den Launch eines neuen Premiumfahrzeugs bei der relevanten Zielgruppe erzeugen
- Brand Awareness (wieder) erhöhen
- Besondere Eigenschaften des neuesten Modells herausarbeiten

#### Kontext:

Alpine, eine ikonische Untermarke von Renault, wurde 2016 mit einem neuen Premium-Sportmodell wiedererweckt. Nachdem Alpine über 20 Jahre lang nicht im Rampenlicht stand, baute die Marke ihre Wahrnehmung durch die Ansprache ihrer Zielgruppe mit einer mehrteiligen Content-Strategie wieder aus.



Für unsere Brand ist es wichtig, dass wir an der Spitze der Innovation stehen. Wir sind daher sehr zufrieden, dass wir zu den ersten Partnern gehörten, die Story Sequencing von Outbrain nutzen konnten. Das sequentielle Ausspielen von Content passt gut zu den Bedürfnissen unserer Branche, da wir unsere Kunden zuerst mit unterschiedlichen Inhalten informieren, bevor sie bereit für einen Kauf sind. Die ersten Resultate mit Outbrain waren sehr vielversprechend und wir prüfen, inwieweit wir die Nutzung für andere Kampagnen ausweiten können."

LAURENT ALIPHAT,  
WORLDWIDE HEAD OF MEDIA, GROUP RENAULT

**Strategie:** Das Alpine Team von Renault und OMD nutzten die Möglichkeiten von Outbrains Premium-Discovery-Plattform (75% Reichweite in Frankreich), um die Aufmerksamkeit für positive Berichterstattung zu erhöhen, die im Zuge der Vorstellung des neuen Modells in den Medien kursierte. Mit Story Sequencing von Outbrain konnte Alpine Nutzer retargeten, die bereits die ersten Beiträge konsumiert hatten. Dazu gehörten Artikel, Fotos und Videos auf der eigenen Seite. Alpine machte seiner Vorreiterrolle alle Ehre und gehörte zu den ersten Kunden in Europa, die Story Sequencing als Teil ihrer Marketingstrategie nutzten.

**Ergebnisse:** Durch die Verbreitung positiver Berichte von vertrauenswürdigen Quellen konnte Renault potenzielle Kunden positiv beeinflussen. Das Retargeting mittels Story Sequencing führte zu einem hohen Engagement der vorqualifizierten Zielgruppe.



"Wir arbeiteten mit Outbrain zusammen, um den Launch der neuen Alpine zu unterstützen und setzten dabei auf eine zweischrittige Content-Strategie: Mit der Ausspielung von Earned Media erreichten wir eine Zielgruppe mit hohem Engagement und konnten genau dieser Zielgruppe personalisierten Content der Alpine Webseite empfehlen."

CHRISTOPHE MATHON,  
DIGITAL GLOBAL DIRECTOR, OMD

## CASE STUDY:

STORY SEQUENCING: WIE RENAULT DAS NEUE ALPINE MODELL MIT EINER MEHRTEILIGEN CONTENT-STRATEGIE PROMOTETE.

### ERGEBNISSE

**1ST TOUCH POINT** Durch die Verbreitung positiver Medienberichte konnte Alpine mehr als 55.000 Nutzer identifizieren.



Renault: Die neue Alpine ist  
"made in France"  
Europe 1

**+ 55K** VISITS

**2ND TOUCH POINT** 16% der Nutzer, die die ersten Artikel gelesen hatten, klickten auch auf Empfehlungen, die von Outbrain in einer zweiten Phase ausgespielt wurden und direkt auf die Internetseite von Alpine verwiesen. Dieses hohe Engagement unterstreicht, wie wirkungsvoll die Vorqualifizierung der Zielgruppe über Custom Audiences ist. Die zweite Sequenz erzielte eine 8-fach höhere Klickrate und eine durchschnittliche Verweildauer von 60 Sekunden.



Die Alpine, wie Sie sie noch nie  
zuvor gesehen haben.  
Alpine vision

**16 %** PROZENT DER 1ST TOUCHPOINT  
NUTZER BESUCHTEN ÜBER OUTBRAIN  
AUCH DIE ALPINE WEBSEITE

**8X** HÖHERE KLICKRATE BEI DER-  
ZWEITEN SEQUENZ

**60 SEK.** DURCHSCHNITTLICHE  
VERWEILDAUER



"Wir gehen davon aus, dass Käufer im Automobilbereich häufig mehr als zehn Artikel lesen, bevor sie sich zu einem Kauf entschließen. Zudem werden in dieser Branche die Käufer stark von der Berichterstattung in den Medien beeinflusst, etwa von Fahrberichten oder Tests. Die Wahl des richtigen Contents, den wir ausspielen, ist daher entscheidend. Renault hat hier einen hervorragenden Job geleistet. Durch die mehrteilige Strategie konnte Renault das Ansehen der Marke Alpine erhöhen und eine qualifizierte Zielgruppe erreichen."

FLORIAN LE CLERC  
Sales Director Brands & Agencies, Outbrain



OUTBRAIN.COM/DE | INFO@OUTBRAIN.COM

© 2017 Outbrain Inc. Outbrain is a registered trademark of Outbrain Inc.