



Outbrain se posiciona como socio del Full-Funnel del turismo en Suiza con Native Awareness+

Vertical:

Turismo

Objetivos:

Awareness, Engagement

Productos:

Native Awareness+

Perspectiva General

Switzerland Tourism (ST) es la organización nacional de marketing y ventas de Suiza, encargada de promover el turismo nacional e internacional del país. Una parte importante de su actividad se centra en campañas de comunicación que tienen como objetivo despertar el interés y mostrar a Suiza como destino turístico, a través de distintas situaciones que representen su calidad, modernidad y autenticidad.

Tras un período de inactividad debido a la crisis sanitaria a nivel mundial, Suiza reanudó sus esfuerzos promocionales para reactivar su actividad turística. Como socio de Outbrain desde hace tiempo, el objetivo de Suiza para esta campaña de "regreso" era claro: aumentar el awareness y la visibilidad del turismo en Suiza.

Solución

Para su campaña, Suiza aprovechó la suite Native Awareness+ de Outbrain, un formato exclusivo y seguro para la marca, insertado en el artículo para obtener un 100% de share of voice y una máxima visibilidad. La marca turística también se asoció con personalidades suizas de renombre mundial, como Roger Federer y Mike Horn, para su ingeniosa campaña sobre las atracciones que hay que ver en Suiza. Los KPIs de la campaña mostraron una viewability del 70% y un CPM inferior a 5€.

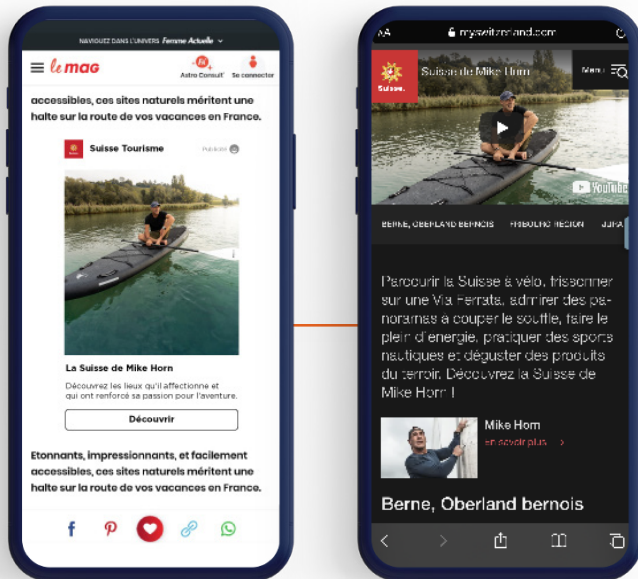
Resultados

La combinación de una campaña creativa junto a personalidades mundialmente conocidas y el potencial de las experiencias publicitarias de Outbrain en los principales propietarios de medios de comunicación, permitió a Suiza superar sus objetivos. Además de impulsar el awareness, el Native Awareness+ de Outbrain también ayudó a mantener una elevada tasa de engagement, acorde con las campañas de tráfico convencionales

75%
viewability

0.65%
CTR (2.3x campañas competencia)

-13%
CPM vs. target



"Outbrain ha sido un socio imprescindible para nuestros objetivos de tráfico y de conversión. Estamos muy satisfechos con el rendimiento de esta campaña centrada en la parte alta del funnel. Ya estamos planeando lanzar nuevas campañas de Native Awareness+ juntos."
- Sandra Bermudez, Marketing Manager, Switzerland Tourism