



Locadora de veículos Localiza alcança audiência com alto engajamento na open web com a Outbrain

Vertical

Transportes & Logística

Objetivo

Tráfego Qualificado

Produtos

Engagement Bid Strategy

Overview

A Localiza é uma locadora de veículos brasileira fundada em 1973 em Belo Horizonte. Ao longo de seus quarenta anos de história, tornou-se a maior rede de aluguel de carros da América Latina e uma das maiores do mundo em tamanho de frota.

Com o objetivo de gerar tráfego qualificado para além do social e search, a Localiza se uniu a Outbrain para identificar na open web uma audiência com alta atenção e potencial de engajamento para a newsletter da marca.

Solução

As crescentes preocupações com a privacidade e as limitações de rastreamento do usuário tornam uma prioridade para as marcas buscar soluções sem cookies que otimizem as campanhas de acordo com a intenção do usuário, ao mesmo tempo em que geram resultados de longo prazo. Com o objetivo de se conectar com seu público mais atento e engajado, a Localiza testou o **Engagement Bid Strategy (EBS)**, a ferramenta de otimização de desempenho sem cookies e com IA da Outbrain. Ao fazer isso, a marca conseguiu alavancar o comportamento do usuário e os dados do site para alcançar o público certo e prepará-lo para a ação, sem a necessidade de nenhuma otimização manual na campanha. Diferentes criativos foram entregues ao público interessado em viagens, apresentando uma variedade de experiências culturais para eles visitarem.

Resultados

A Outbrain provou ser um dos melhores canais em comparação com os demais utilizados na campanha, fornecendo resultados sólidos para duração da sessão, taxa de rejeição e páginas por sessão.

1^o

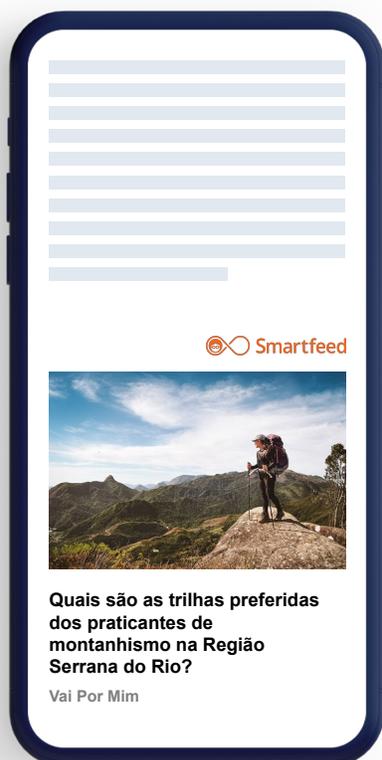
canal em volume de páginas por sessão

2.8x

maior duração de sessão vs. outros canais de mídia paga

-13%

taxa de rejeição vs. social



“A Localiza&CO lançou o hub de conteúdo “Vai por Mim” em 2022 com a missão de entregar alto volume de tráfego. Após o lançamento, notamos que o volume estava com baixa qualidade (alta rejeição e baixa permanência). Acionamos a Outbrain para conectar os nossos conteúdos à audiência propícia a consumi-los, explorando criativos adaptados para o formato nativo. Após o início, a Outbrain se tornou o parceiro com a menor taxa de rejeição, com conteúdos que quebraram recorde de permanência. Além disso, é a origem paga com o maior volume de inscritos na newsletter do portal. Desde então, o canal tem sido parte da estratégia Always On com foco em volume de tráfego qualificado.”

– Gabriela Mansano, Coordenadora de Marketing, Localiza