

Traditionsbiermarke Sapporo verbreitet Videos über Outbrains Click-to-Watch-Lösung



Überblick

Sapporo, die älteste Biermarke Japans, ist in ihrem Heimatland bekannt für ihre kreativen Kampagnen. Um neue Zielgruppen zu erschließen, die über traditionelle Kanäle nicht zu erreichen sind, arbeitete das Unternehmen mit Outbrain zusammen. Die Kampagne „Toast to Adults“ wurde über die innovative Click-to-Watch-Lösung von Outbrain verbreitet, die auf ein hohes Engagement der Zielgruppe setzt.

Lösung

Durch die Nutzung proprietärer Interessendaten konnte Sapporo im Premium-Publisher-Netzwerk von Outbrain neue qualifizierte Nutzer erreichen. Die Click-to-Watch-Lösung von Outbrain setzt auf die aktive Auswahl der Konsumenten und stellt somit sicher, dass nur User, die sich auch wirklich für die Marke und das Produkt interessieren, das Video sehen. Darüber hinaus konnte Sapporo Nutzer mit dem im Video integrierten CTA-Button konvertieren und zur Webseite mit weiteren relevanten Inhalten führen.

- 100% Opt-In: Kunden entscheiden sich aktiv für das Video
- CPV (Cost-per-View): Zahlen Sie nur für echte Views
- CTA-Unterstützung für weiteres Engagement
- Herausragende Ad-Experience: Vollbild mit Ton
- Fortschrittliche Targeting-Möglichkeiten (Altersbeschränkung & Tageszeit)

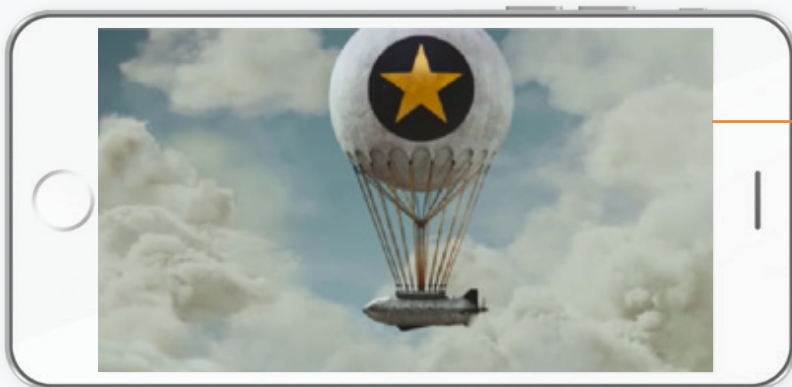
Ergebnisse

43% der Nutzer, die auf das Video klickten, wurden zuvor nicht über andere Kanäle erreicht. Die Video Completion Rate und die CTR (= Klick auf Banner) übertrafen zudem den Benchmark für die Kampagne. Hochwertiges Video-Storytelling und eine qualifizierte Zielgruppe führten zu einem hohen Engagement.

„Indem wir unsere Creatives über eine innovative Lösung distribuierten, konnten wir einen neuen Ansatz bei der Ansprache von Kunden verfolgen und neue Zielgruppen ansprechen, die wir bislang nicht erreicht haben.“

Kei Fukuyoshi

Senior Media Planning Manager, Sapporo Breweries Ltd.



43%

Neue Nutzer

63%

Video Completion Rate

21%

CTR
(Klick auf integrierten CTA-Banner)