

# L'Oréal Paris erreicht mit Outbrain eine enorme Zielgruppe zu einem günstigen CPA

## Branche

Retail

## Ziel

Conversions,  
Optimierter CPA

## Produkt

Clip Smartad,  
Conversion Bid Strategy

## Überblick

L'Oréal ist als Weltmarktführer in der Beautybranche in 130 Ländern auf 5 Kontinenten aktiv. Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, Frauen und Männern auf der ganzen Welt innovative Kosmetik in höchster Qualität zu bieten und dabei die Vielfalt der Kundinnen und Kunden zu unterstreichen.

Zu den über 40 Marken von L'Oréal gehört auch die weltweit führende Kosmetik-Brand L'Oréal Paris. Zusammen mit der NGO Hollaback! realisierte L'Oréal Paris eine umfangreiche Kampagne zum Trainingsprogramm "StandUp", das sich die Beendigung von Belästigung in der Öffentlichkeit zum Ziel gesetzt hat. Um möglichst viele Männer und Frauen für das Online-Trainingsprogramm gewinnen zu können, wandte sich die Marke an Outbrain, eine der führenden Empfehlungsplattformen im Open Web.

## Lösung

Ziel der Kampagne war das Erreichen möglichst vieler Trainingsabschlüsse. Da das Thema Belästigung im öffentlichen Raum jede und jeden betreffen kann, wurden bewusst keine weiteren Targeting-Einstellungen vorgenommen, sondern eine möglichst breite Zielgruppe angesprochen. Zur Optimierung der Conversions wurde Conversion Bid Strategy mit der Target-CPA-Einstellung gewählt, die automatisch auf einen definierten Ziel-CPA hin optimiert. Darüber hinaus testete L'Oréal Paris das neue Clip-Format von Outbrain. Das Format sorgt mit kurzen Animationen oder Videos für mehr Aufmerksamkeit im Smartfeed und gleichzeitig auch für ein hohes Engagement.

## Ergebnisse

Die Kampagne war über die gesamte Laufzeit von 1,5 Monaten ein voller Erfolg. L'Oréal Paris konnte mit Conversion Bid Strategy den anvisierten CPA um fast 70% unterbieten. Auch das Videoformat Clip blieb über 40% unter dem anvisierten CPA.

# 69%

unter dem anvisierten Ziel-CPA  
mit Conversion Bid Strategy

# 43%

unter dem anvisierten Ziel-CPA  
mit der Outbrain Clip Smartad



„Wir sind überaus zufrieden mit der Performance von Outbrain. Da wir den gewünschten Ziel-CPA deutlich unterbieten konnten, hatten wir im Rahmen der Kampagne die Möglichkeit, mit dem gleichen Budget viel mehr Menschen für das wichtige Thema zu sensibilisieren. Wir können uns gut vorstellen, in Zukunft weitere Projekte mit Outbrain umzusetzen.“

– Heike Leder, Head of Brand Communication L'Oréal Paris