



Leroy Merlin senkt mit Outbrain den CPS um 45% und erreicht neue Zielgruppen

Branche

Einzelhandel

Ziele

Qualifizierter Traffic,
Reduzierte Cost Per Session

Produkte

Carousel Smartad,
Standard Smartad

Überblick

Das französische Einzelhandelsunternehmen Leroy Merlin ist spezialisiert auf die Bereiche DIY sowie Bau-, Garten- und Raumausstattungsartikel. Das Unternehmen betreibt fast 400 Fachgeschäfte in 12 Ländern und versorgt dabei allein in Italien über 28 Millionen Kunden in 50 Fachgeschäften.

Leroy Merlin entschied sich für Outbrain als Partner im Bereich Native Advertising mit dem Ziel, ein qualifizierteres Publikum zu erreichen, das sich für Ihre Frühjahr-/Sommer-Gartenmöbelserie 2021 interessiert.

Ergebnisse

Leroy Merlin konnte die Awareness- und Traffic-Ziele erreichen sowie starke Ergebnisse bei der CTR und der Generierung neuer User erzielen, während der CPS fast halbiert wurde.

-45%

Cost Per Session
(vs. Benchmark)

0,17%

Durchschnittliche
CTR

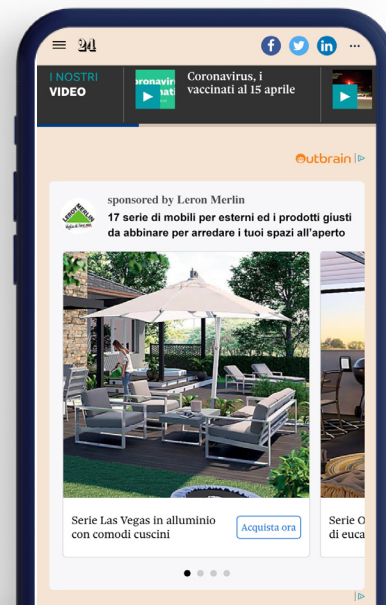
+34k

Neue User
erreicht

Lösung

Als Teil ihrer hybriden Strategie, die Markenbekanntheit und das qualifizierte Traffic-Volumen zu erhöhen, testete Leroy Merlin zwei verschiedene Ad Experiences.

- Outbrains **Carousel Smartad** half Leroy Merlin dabei, qualifizierte User mit mehreren Creatives und Spotlights, die verschiedene Gartenmöbelkonfigurationen zeigten, sowie personalisierten Überschriften und CTAs anzusprechen. Diese Ad Experience erlaubte es den Usern, sich schon vor dem Klick zu informieren und weiter mit der Marke zu beschäftigen.
- Leroy Merlin nutzte zudem Outbrains **Standard Smartad**, um Kampagnen im Outbrain Premium-Publisher-Netzwerk zu platzieren und interessierte User anzusprechen. Dadurch konnte die Performance der CTR und die Qualität des Traffics auf den Produktauswahlseiten gesteigert werden.



„Ich glaube, dass die Technologie von Outbrain viele Stärken hat, und das hat sich bei dieser Kampagne für unsere Gartenprodukte gezeigt. Die Vielfalt der Formate, die Outbrain anbietet, sowie die Möglichkeit, qualifizierte Zielgruppen über ein umfangreiches, aber stets hochwertiges Netzwerk zu erreichen, ermöglichten es uns, im Grunde zwei Kampagnen in einer zu erstellen. Die gemeinsam mit den Experten von Outbrain ausgearbeitete Strategie hat es uns ermöglicht, die gewünschten Ergebnisse zu erzielen, sowohl was die Sichtbarkeit als auch die Qualität des Traffics auf unserer Webseite angeht.“

– Paolo Pacifici, Head of Media bei Leroy Merlin