

## CASO DE ÉXITO:

### STORY SEQUENCING: ¿CÓMO PROMOCIONÓ RENAULT SU ÚLTIMO MODELO DE ALPINE A TRAVÉS DE UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDO SECUENCIAL?

**ALPINE**

#### Solución:

Outbrain Amplify  
Story Sequencing

#### Vertical:

- Automóviles

#### Puntos clave:

- Generar conocimiento en el público relevante a partir del lanzamiento del nuevo modelo de coche premium
- Reforzar el conocimiento de marca
- Destacar los atributos de calidad de su nuevo modelo

**Fondo:** Alpine, una sub-marca icónica de Renault, lanzó en 2016 un nuevo modelo premium deportivo. Después de estar al margen durante más de 20 años, la marca Alpine reconstruye su notoriedad con el lanzamiento de su nuevo modelo dirigido a un público determinado y relevante a través de una estrategia de contenido secuencial.

“

Es importante para nuestra marca estar siempre a la vanguardia de la innovación y por lo tanto, quisimos ser de los primeros en probar Story Sequencing de Outbrain. El contenido secuencial se adapta bien a las necesidades de nuestra industria, en la que los consumidores por lo general quieren informarse bien a través de múltiples piezas de contenido antes de estar listos para comprar. Los resultados iniciales fueron prometedores y ahora estamos viendo cómo podemos utilizarlo para campañas más amplias.”

LAURENT ALIPHAT,  
WORLDWIDE HEAD OF MEDIA, GROUP RENAULT

**Estrategia:** Los equipos de Renault Alpine y OMD utilizaron Outbrain para promover sus earned media positivos en torno al lanzamiento de su nuevo modelo. Alpine a continuación, utilizó la herramienta de Story Sequencing de Outbrain para regresar a los usuarios que leyeron sus earned media a través de contenido creado a medida para el lanzamiento incluyendo: artículos, fotos y videos alojados en su sitio web. Alpine, en su condición de líder, fue la primera marca en Europa en utilizar Story Sequencing como parte de su estrategia de contenido.

**Resultados:** Amplificar los comentarios positivos por parte de terceros de confianza permitió a Renault influir positivamente en los consumidores. Posteriormente, el retargeting a los usuarios con contenido relevante a partir de Story Sequencing, le permitió conectar con un público altamente calificado.

“

“Para apoyar el lanzamiento de Alpine, trabajamos con Outbrain para implementar una estrategia de contenido en dos etapas: la amplificación de earned media dirigido a una audiencia comprometida, seguido del retargeting a una audiencia cualificada a través de contenido personalizado en el sitio web de Alpine.”

CHRISTOPHE MATHON,  
DIGITAL GLOBAL DIRECTOR, OMD

## CASO DE ÉXITO:

STORY SEQUENCING: ¿CÓMO PROMOCIONÓ RENAULT SU ÚLTIMO MODELO DE ALPINE A TRAVÉS DE UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDO SECUENCIAL?

### RESULTADOS

#### 1. PUNTO DE CONTACTO

La amplificación de earned media positivo les permitió identificar e involucrar a más de 55.000 usuarios.



Renault: The nuevo Alpine será "made in France"  
Europe 1

+55M VISITAS

#### 2. PUNTO DE CONTACTO

El 16% de los usuarios que leyeron earned media de Alpine en la red premium de Outbrain e hicieron click en el artículo recomendado les llevó a la página web de Alpine, lo que demuestra aún más el gran valor de la audiencia identificada. Los resultados en la segunda secuencia condujeron a una tasa de clics 8 veces mayor y a un tiempo medio de 60 segundos en el sitio web.



El Alpine, como nunca lo has visto antes.  
Alpine vision

16 %

PORCENTAJE DE PERSONAS EXPUESTAS A LA PRIMERA PIEZA DE CONTENIDO Y QUE HAN VISITADO LA WEB DE ALPINE

X 8

LA TASA DE CLICS FUE 8 VECES MAYOR EN LA SEGUNDA SECUENCIA

60"

TIEMPO DE MEDIA EN EL SITIO WEB

"Se estima que de media las personas leen más de 10 piezas de contenido antes de llegar a la etapa de compra. Esto es incluso mayor en el caso de la industria automotriz, donde los potenciales compradores están muy influenciados por opiniones de terceros. Por ello, el contenido es clave y Renault lo utiliza con pericia. Al secuenciar su estrategia de contenido, Renault fue capaz de consolidar la reputación de su marca Alpine, identificar una base de audiencia cualificada, y validar la pertinencia de su contenido."

FLORIAN LE CLERC  
Sales Director Brands & Agencies, Outbrain France



OUTBRAIN.COM/ES | INFOES@OUTBRAIN.COM

© 2016 Outbrain Inc. Outbrain is a registered trademark of Outbrain Inc.