

## CASE STUDY:

# CÓMO MICROSOFT HA INCREMENTADO SUS CONVERSIONES CON LAS HERRAMIENTAS AVANZADAS DE TARGETING DE OUTBRAIN



### Solución:

- Outbrain Amplify

### Verticales:

- Tecnología
- B2B

### KPI de la campaña:

- Conversiones

### Puntos clave:

- Generar leads de alta calidad

### Sobre Microsoft:

Microsoft Corporation es una multinacional americana que desarrolla, fabrica, licencia y produce, software y equipos electrónicos, ordenadores y servicios. Es el fabricante de software más grande del mundo por facturación, y una de las empresas más importante a nivel mundial.



**Overview:** Utilizando algunas de las más avanzadas funcionalidades de targeting de Outbrain, Microsoft ha logrado, mediante sus contenidos, importantes resultados en términos de conversiones. Outbrain consiguió más clics y más leads que las campañas en las redes sociales, demostrando que la capacidad de captar audiencias específicas, mientras están en modo de descubrimiento de contenido, puede generar resultados impresionantes.

### Highlights de la campaña

**35K**

CLICS

**180%**

MÁS LEADS  
QUE EN REDES  
SOCIALES

**57%**

CPA MÁS BAJO  
QUE EN REDES  
SOCIALES

## CASE STUDY:

# CÓMO MICROSOFT HA INCREMENTADO SUS CONVERSIONES CON LAS HERRAMIENTAS AVANZADAS DE TARGETING DE OUTBRAIN

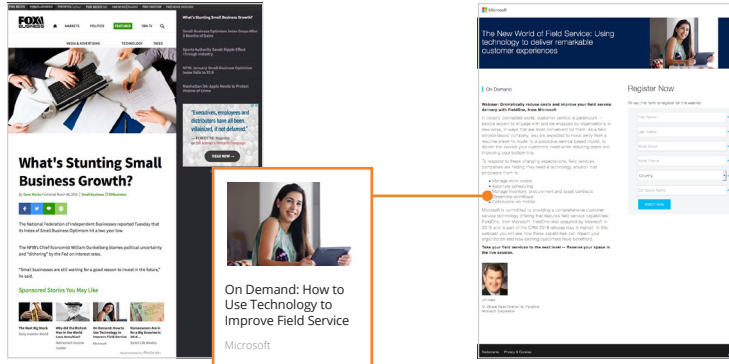
### Los objetivos :

El objetivo principal de la campaña de Microsoft era generar leads de alto valor y con una probabilidad de conversión más alta. Las características del sistema de retargeting de Outbrain han permitido a Microsoft detectar cuáles eran las audiencias clave, dentro de la red Outbrain, y proporcionarles contenido con una probabilidad de conversión más alta.

## Las soluciones de Outbrain

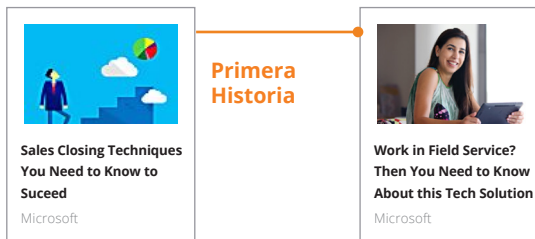
### Campaña en Outbrain con optimización de los KPI

Microsoft ha promocionado su campaña Field One en la red Outbrain, y gracias a la optimización de los KPIs, los contenidos han sido dirigidos a los editores y titulares de mayor rendimiento.



### Retargeting con contenidos secuenciales

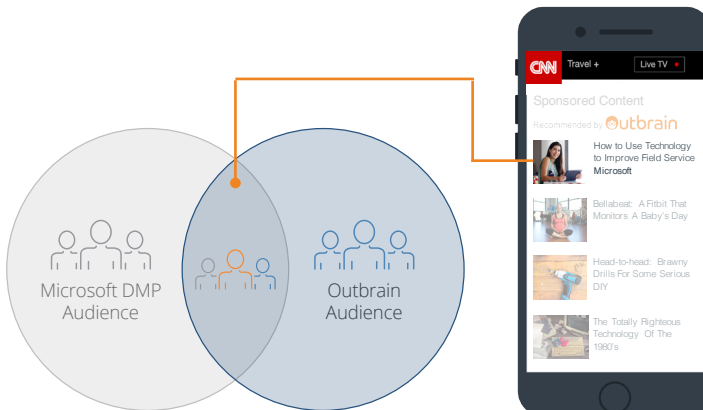
Haciendo retargeting a los usuarios que ya han consumido campañas de contenido anteriores, Microsoft ha logrado detectar una audiencia con un probabilidad de engagement más alta.



**75%**  
Ratio de conversión más alto con respecto a campañas estándares

### Audience Targeting con datos propios ( DMP)

Microsoft ha distribuido su contenido a aquellos segmentos de audiencia de mayor valor, previamente localizados mediante su DMP, en la red Outbrain.



**3X**  
Ratio de conversión más alto con respecto a campañas estándares