

L'Oréal Paris optimiza el CPA para la campaña de video "StandUp" con Outbrain

Sector

Retail

Objetivos

Conversiones,
Mejora del CPA

Resultados

Clip SmartAd, Conversión Bid Strategy

Perspectiva General

L'Oréal es el líder mundial en la industria de la belleza y opera en 130 países en los 5 continentes. La misión de la empresa es proporcionar cosméticos innovadores de la más alta calidad a mujeres y hombres de todo el mundo, haciendo hincapié en la diversidad de sus clientes.

Las más de 40 marcas de L'Oréal incluyen la marca de cosméticos líder en el mundo, L'Oréal Paris. Junto con la ONG Hollaback!, L'Oréal Paris implementó una amplia campaña para su programa de formación „StandUp“, que tiene como objetivo poner fin al acoso en público. Para atraer a la mayor cantidad posible de hombres y mujeres a su programa de formación en línea, la marca recurrió a Outbrain, una plataforma de recomendación líder para la open web.

Solución

El objetivo de la campaña era maximizar la cantidad de formaciones completadas respetando el coste por adquisición (CPA) preestablecido. Dado que el tema del acoso en los espacios públicos puede afectar a cualquier persona, se abordó el target grupal más amplio posible. La marca utilizó una variedad de experiencias publicitarias de Outbrain diseñadas para lograr KPI de performance, en la parte más baja del funnel de venta, incluido el nuevo Clip Smartad de Outbrain. Este formato aprovecha los vídeos cortos para atraer e invitar al usuario a tomar una acción con un CPA reducido.

Más allá de las experiencias publicitarias que ofrece Outbrain, también proporciona soluciones avanzadas que ofrecen mejoras con respecto a cualquier objetivo. L'Oréal Paris pudo alcanzar su objetivo de CPA activando el modo Target CPA de Conversión Bid Strategy (CBS), que funcionó para mantener la campaña rentable, maximizando el valor de la conversión dentro del CPA definido.



Resultados

A lo largo del mes y medio de duración de la campaña, L'Oréal Paris consiguió unos resultados muy buenos gracias a la combinación de Smartads y herramientas de auto-optimización de Outbrain.

-69%

CPA vs target usando CBS

-43%

CPA vs objetivo del Clip

“Estamos muy satisfechos con los resultados de performance obtenidos a través de Outbrain. Dado que pudimos reducir considerablemente el CPA objetivo deseado, la campaña nos dio la oportunidad de concienciar a muchas más personas sobre este importante aspecto con el mismo presupuesto. Nos vemos realizando más campañas con Outbrain en el futuro”.

– Heike Leder, Head of Brand Communications de L'Oréal Paris