



Leroy Merlin reduce el coste por sesión en un 45% y llega a una nueva audiencia cualificada con Outbrain

Vertical

Retail

Objetivos

Qualified Traffic;
Reduced Cost Per Session

Productos

Carousel Smartad;
Standard Smartad

Perspectiva General

Leroy Merlin es una empresa francesa que opera en el sector minorista a gran escala, especializada en bricolaje, construcción, jardinería y decoración de espacios. La empresa atiende a más de 28 millones de clientes a través de 50 tiendas especializadas en Italia.

Soluciones

Leroy Merlin eligió a Outbrain como su socio publicitario nativo, con el objetivo de llegar a un público más cualificado e interesado en su nueva serie de muebles y accesorios de exterior Primavera-Verano 2021.

Para lograr su objetivo, Leroy Merlin probó dos experiencias publicitarias diferentes como parte de una estrategia híbrida focalizada tanto en brand awareness como en la maximización del volumen de tráfico de calidad.

- **Carousel Smartad de Outbrain** ayudó a Leroy Merlin a involucrar a un grupo de usuarios cualificados a través de múltiples creatividades y puntos de contacto que mostraban todas las posibles opciones de muebles de exterior, con titulares personalizados y llamadas a la acción. Esta experiencia publicitaria permitió a los usuarios informarse y comprometerse aún más con la marca a través de múltiples piezas de contenido.
- Leroy Merlin también usó **Standard Smartad de Outbrain** para distribuir sus campañas en la red premium de Outbrain, alcanzando a audiencias con un mayor nivel de engagement. Esto ayudó a generar un **mayor rendimiento en términos de CTR y tráfico de calidad** para sus páginas de selección de productos.

Resultados

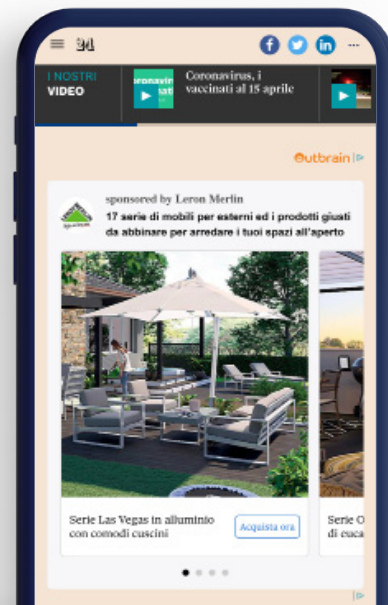
Leroy Merlin logró sus objetivos de awareness y generación de tráfico de calidad, registrando sólidos resultados en términos de CTR y nueva generación de usuarios. Además la marca redujo casi a la mitad su benchmark de coste por sesión.

-45%

coste por sesión vs
benchmark

0.17%

CTR promedio



"Creo que la tecnología de Outbrain tiene varias fortalezas, y fue evidente a lo largo de esta campaña dedicada a nuestros productos de jardinería. La variedad de formatos que ofrece Outbrain, más su capacidad para llegar a audiencias cualificadas dentro de una red extensa, pero siempre premium, nos permitió crear principalmente dos campañas en una. La estrategia establecida junto con los expertos de Outbrain nos permitió alcanzar los resultados deseados, tanto en términos de **mayor visibilidad como de calidad del tráfico** a nuestro site".

– Paolo Pacifici, Head of Media at Leroy Merlin