



El formato Pre-Roll Video de Outbrain supera a otros canales de vídeo en la campaña de awareness de everdrop.

Sector

Retail

Objetivo

Branding, Visualización, Finalización

Producto

Pre-Roll Video

Contexto

everdrop es una empresa alemana que se especializa en la creación de productos domésticos y cosméticos sostenibles, que combinan innovación con elegancia. Su misión es permitir a los consumidores llevar un estilo de vida más sostenible con sus artículos reutilizables y sin residuos plásticos.

Para fortalecer su notoriedad en el mercado alemán, everdrop centró su estrategia en el vídeo. La empresa se asoció con Outbrain para llegar a audiencias incrementales en editores premium, con objetivos de alta visualización de campaña y de tasa de finalización.

Solución

everdrop utilizó la experiencia contextual de vídeo Pre-Roll de la plataforma, que conecta el mensaje de la marca con el contexto de la página y el vídeo editorial en el que se emite el anuncio.

La capacidad que tiene Outbrain para crear experiencias cautivadoras, basadas en una mayor relevancia contextual y en su gran experiencia en predecir lo que interesa a los consumidores, permitió a everdrop alcanzar a su audiencia objetivo en momentos relevantes de máxima atención.



Resultados

La entorno exclusivo de Outbrain, que incorpora los anuncios de vídeo de la marca en la experiencia de navegación del artículo, permitió a everdrop alcanzar con éxito todos sus KPIs de alta visualización y de tasa de finalización.

+20 puntos

tasa de finalización vs. otros canales de vídeo

75%

tasa de finalización via segmentos contextuales seleccionados

72%

tasa de visualización media

"Estamos encantados de colaborar con Outbrain más allá de nuestros objetivos de engagement y rendimiento. Han sido un gran socio en nuestras campañas de mid y lower funnel, y estamos muy satisfechos de los resultados de la campaña de awareness. La oferta de vídeo contextual de Outbrain nos ha permitido alcanzar nuestros objetivos de visualización y finalización en un entorno premium y brand-safe. Tenemos muchas ganas de seguir probando su oferta de awareness."

– Anna Manganiello, Senior Native Advertising Manager, everdrop