



Zemanta de Outbrain se Convierte en el DSP n°1 para la Campaña de Generación de Leads de DKV

Vertical
Finanzas

Objetivo
Generación de Leads

Producto
Zemanta

Perspectiva General

DKV es un proveedor de seguros de salud líder en Europa y filial del grupo asegurador alemán ERGO.

El objetivo de DKV era atraer a los usuarios interesados en conocer las ventajas de los seguros de salud y, en última instancia, conseguir que suscribieran una póliza con la marca. Para alcanzar este objetivo, DKV y Performics desarrollaron una estrategia digital multicanal para cubrir todas las etapas del *funnel*, en la que participaron Outbrain y su DSP propietario, Zemanta.

Solución

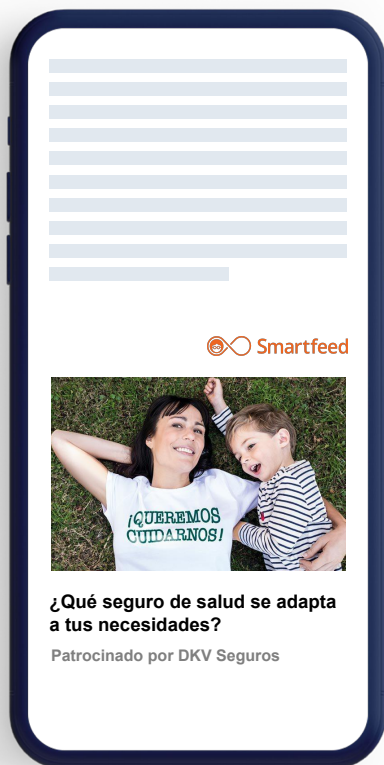
Para complementar las campañas de display estándar y optimizar los costes, la marca trabajó con Outbrain en una activación de formato nativo a través de Zemanta. La plataforma de medios integral aprovecha la tecnología predictiva y de pujas personalizada y centrada en los resultados para impulsar el engagement de los consumidores y el retorno de la inversión publicitaria.

La campaña se centró en una cobertura bastante amplia, con una segmentación por intereses aplicada a los segmentos de audiencia de alto rendimiento de DKV. Las mejores prácticas incluyeron dar prioridad a las creatividades de mayor rendimiento y añadir nuevos segmentos de interés para conseguir una conversión óptima.

Resultados

La activación con Zemanta consiguió un volumen óptimo de clientes potenciales y economizó los costes de la estrategia digital full-funnel global, como demuestra la reducción del CPL. Zemanta se convirtió en el DSP con mayor número de suscripciones a pólizas.

-23.7% **+19%** **+60%**
CPL vs Display Leads vs Display Leads MoM



“El DSP propietario de Outbrain, Zemanta, se ha convertido en un pilar fundamental para nuestra estrategia a la hora de diversificar nuestro plan de generación de leads y cumplir con los objetivos marcados. Los resultados obtenidos nos permiten confiar en la colaboración con Outbrain para seguir consiguiendo buenos resultados asegurando incrementos progresivos en el rendimiento de nuestras campañas.”

– Nacho García Delgado, Client Lead, Performics