

MMA : le Discovery, un canal d'acquisition plus rentable que le Search.



Objectifs

Conversions
Génération de Leads

Vertical

Business & Finance /
Assurance Automobile

Solution

Outbrain Amplify

Contexte

MMA (groupe Covéa), est un leader majeur du marché de l'assurance en France.

Pour recruter de nouveaux clients pour son [assurance auto](#), MMA a utilisé sur son site une page interactive de [demande de devis en ligne](#). Pour promouvoir cette page, Résonéo, agence media spécialisée dans le Search et partenaire de MMA, a recommandé l'utilisation de deux canaux : le Search et le Discovery d'Outbrain.

Grâce à la puissance de son Reach, sa technologie de ciblage basée sur une connaissance unique des centres d'intérêt des internautes, le Discovery Outbrain :

- a généré un trafic qualifié extrêmement engagé
- s'est imposé comme le canal d'acquisition le plus rentable pour MMA : un CPA 10 % inférieur au Search (Hors Marque), pour un volume de leads 10 % supérieur.

Ces performances ont aussi été permises grâce à l'implication des équipes Résonéo & Outbrain, et aux nombreuses optimisations mises en place dans le temps (**CPA divisé par 3,6 en 4 semaines** de campagnes).

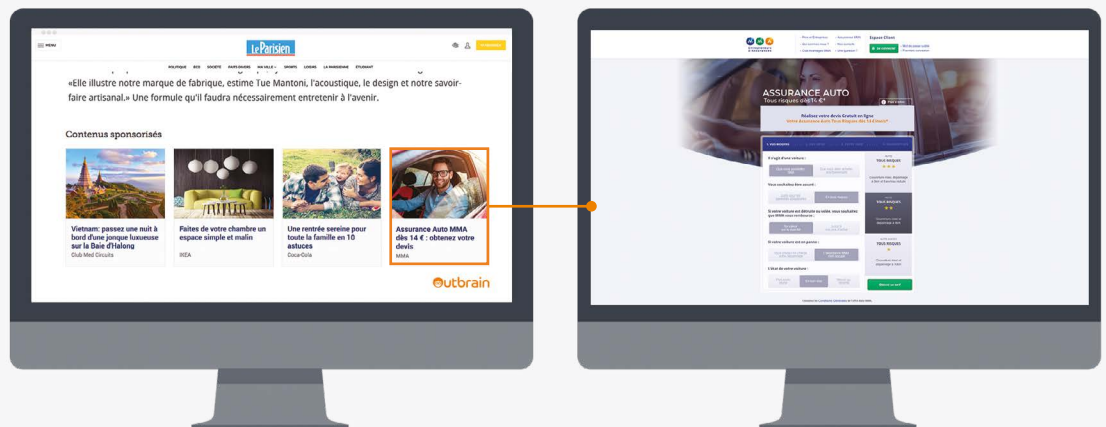
Résultats

-10 %

CPA Outbrain VS.
CPA Search Hors Marque

+10 %

Volume de Leads
Outbrain VS Search



Retour de campagne

«Le marché de l'assurance est extrêmement concurrentiel, ce qui nous oblige à tester en permanence de nouveaux leviers d'acquisition capables de nous apporter un fort volume de leads à un coût maîtrisé. Si le Search fait souvent figure de best performer, le Discovery d'Outbrain a démontré sa capacité à concilier volume de trafic et audience qualifiée, tout en générant des CPA plus faibles que le Search, mais aussi plus faibles que les objectifs que nous nous étions fixés. Pour nos campagnes à la performance, Outbrain fait aujourd'hui partie des canaux essentiels de notre mix media.»

Franck Le Roy, Acquisition & Transformation Traffic Digital, MMA

