

## CASE STUDY:

# COMMENT TOURISM IRELAND ALLEMAGNE A AUGMENTÉ LE NIVEAU D'ENGAGEMENT DE SES VISITEURS SUR IRELAND.COM EN PASSANT DU DISPLAY AU DISCOVERY ?



### Produit :

Outbrain Amplify

### Secteur :

- Tourisme

### Thèmes clés :

- Engagement des visiteurs sur le site web (trafic qualifié) : taux de rebond, pages vues, temps passé
- Réduction du coût d'acquisition de trafic
- Identification de nouvelles cibles
- Distribution de contenus Tourisme

**Présentation :** [Tourism Ireland](#) a été fondé en 1998 par le gouvernement irlandais et les partis politiques d'Irlande du Nord pour promouvoir le tourisme en Irlande. Avec plus de 160 employés et des bureaux dans le monde entier, Tourism Ireland publie sur son site Ireland.com des informations détaillées sur l'Irlande en tant que destination touristique.

“

Travailler avec Outbrain nous a permis d'augmenter le nombre de pages vues sur Ireland.com, tout en réduisant significativement nos coûts. En distribuant nos contenus via Outbrain, nous avons pu attirer une audience plus large mais aussi plus qualifiée, et positionner l'Irlande en tant que destination touristique auprès de centaines de milliers de visiteurs. Nous sommes extrêmement satisfaits des performances de la campagne que nous avons menée avec Outbrain.”

KIRSTEN DONNERSTAG

Marketing Manager Allemagne, Tourism Ireland

**Objectifs :** Tourism Ireland Allemagne a utilisé la technologie de recommandation de contenu d'Outbrain pour développer la notoriété de l'Irlande en tant que destination touristique. L'objectif de la campagne était de générer du trafic et d'attirer de nouveaux utilisateurs sur le site [Ireland.com](#) tout en maîtrisant ses coûts d'acquisition. Les visiteurs provenant d'Outbrain n'étaient considérés comme très qualifiés que lorsqu'ils avaient visité au moins deux pages du site lors de leur visite, généraient un faible taux de rebond et passaient sur le site un temps relativement élevé.

**Solution :** Avec Outbrain, Tourism Ireland Allemagne a mis en place une stratégie de contenu pour attirer sur son site Ireland.com une audience considérée comme des touristes potentiels. Grâce à des contenus inspirants, ils ont réussi à générer du trafic qualifié et à optimiser le temps passé par visiteur en les incitant à considérer l'Irlande comme destination touristique potentielle. Ils y sont parvenus en :

- Personnalisant les contenus selon les centres d'intérêt des utilisateurs. Par exemple, les personnes identifiées comme amateurs de randonnée étaient exposées à des contenus relatifs aux parcours de randonnée en Irlande.
- Créant de nombreux contenus destinés à une cible plus large mais identifiée comme clairement intéressée par l'Irlande en tant que destination de voyage. Chaque mois, de nouveaux contenus étaient publiés sur le site. En fonction de la performance de chacun des contenus, ces derniers étaient optimisés et sélectionnés pour être davantage diffusés.

En partenariat avec Outbrain, des indicateurs de performance ont été définis pour mesurer la réussite de la campagne : le nombre de pages vues/session, le temps passé et le taux de rebond.

## CASE STUDY:

# COMMENT TOURISM IRELAND ALLEMAGNE A AUGMENTÉ LE NIVEAU D'ENGAGEMENT DE SES VISITEURS SUR IRELAND.COM EN PASSANT DU DISPLAY AU DISCOVERY ?

### Stratégie de contenu :

La stratégie de Tourism Ireland en Allemagne était d'engager des touristes potentiels avec des contenus relatifs à l'Irlande et à ses différentes régions. Pour toucher une cible plus large, Tourism Ireland a créé des contenus mettant en scène les principales attractions touristiques du pays, mais aussi ses habitants, ses traditions et sa culture : Saint Patrick, la route côtière "Wild Atlantic Way", les lieux de tournages de "Games of Thrones"... Certains contenus étaient mis à jour régulièrement, d'autres ayant été pensés pour rester pertinents dans la durée. Ireland.com n'étant pas un site commercial, l'enjeu majeur de la campagne était de répondre aux indicateurs de performance mis en place, notamment le temps passé.



**Résultats :** Comparé aux bannières et autres formats publicitaires traditionnels d'acquisition de trafic, Outbrain a non seulement permis d'augmenter significativement le nombre de visiteurs sur le site [Ireland.com](#), mais aussi d'améliorer le niveau d'engagement des visiteurs pour un coût comparativement bas. D'autre part, la baisse du taux de rebond de 33 % signifie que le coût par session a largement réduit. Le temps passé sur site par les nouveaux visiteurs a par ailleurs augmenté de 335 %, tandis qu'ils ont vu en moyenne 67 % de pages en plus. Ces résultats ont permis à Tourism Ireland Allemagne d'accentuer l'intérêt suscité par les contenus publiés sur son site.

### RÉSULTATS

**+67 %**

DE PAGES VUES/SESSION  
PAR RAPPORT AU DISPLAY

**+335 %**

DE TEMPS PASSÉ SUR IRELAND.COM  
PAR RAPPORT AU DISPLAY

**-33 %**

DE TAUX DE REBOND  
PAR RAPPORT AU DISPLAY

“

"Le secteur du tourisme a un avantage fabuleux en matière de Content Marketing car il dispose naturellement de nombreux contenus à valeur ajoutée. Les acteurs du secteur ont parfaitement compris comment distribuer leurs contenus sur notre réseau, pour améliorer leur taux de pénétration et identifier de nouvelles cibles. Tourism Ireland Allemagne comprend aujourd'hui mieux son audience, ce qui lui permet de s'inscrire dans une logique d'amélioration continue de ses contenus."

KATARINA ERES  
Directrice Sales South, Brands & Agencies, Outbrain