

COMMENT THREE MOBILE A INTERPELLÉ LES CONSOMMATEURS AVEC SA PÉTITION 'MAKE THE AIR FAIR'



OBJECTIFS

Visibilité de contenus
influenceurs
Engagement

VERTICAL

Télécom

PRODUIT

Outbrain Amplify

CONTEXTE

L'opérateur mobile anglais Three a lancé une campagne sous forme de pétition – « make the air fair » - visant à forcer l'Ofcom (Autorité régulatrice des télécommunications au Royaume-Uni) à limiter à 30 % la part des ondes mises à disposition des opérateurs télécoms. L'objectif de la campagne était d'éduquer les consommateurs sur les inégalités existantes d'un opérateur à l'autre, et qui ont un impact direct sur la capacité d'un opérateur à offrir à ses clients un service rapide et fiable à un prix accessible. Pour promouvoir sa campagne et générer notoriété et engagement, Three Mobile a utilisé la puissance du Discovery d'Outbrain. Résultat ? Parmi tous les canaux utilisés, Outbrain a non seulement été le premier pourvoyeur de trafic, mais aussi le plus rentable, avec un coût d'acquisition inférieur au CPA cible.

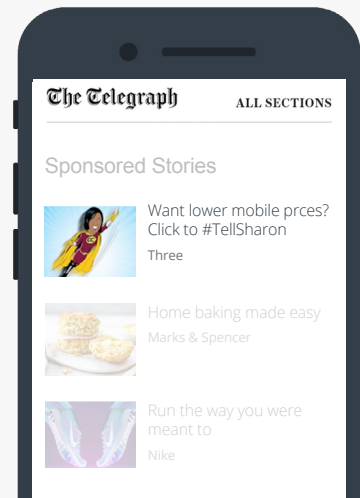
RÉSULTATS

148K

Signatures provenant de l'audience
Outbrain

-25 %

CPA Outbrain VS. CPA cible



RETOUR DE CAMPAGNE

“Ce projet était d'une importance capitale, non seulement pour notre marque, mais pour l'ensemble du dispositif que nous avons mis en place, puisque le nombre de signatures de la pétition conditionnait la suite de la campagne. Nous avons opté pour le Discovery d'Outbrain pour amplifier les retombées presse positives générées par la pétition, mais également pour promouvoir le site créé pour l'occasion. Or, Outbrain s'est avéré être le canal le plus efficace de notre dispositif, non seulement en termes de trafic, mais également en termes de qualité d'audience et de coûts.”

PIPPA WHYBOURNE
LEAD MARKETING COMMS MANAGER