Outbrain CASE STUDY

Dolead

Dolead réduit de 20% son coût par lead grâce à l'outil "Conversion Bid Strategy" d'Outbrain

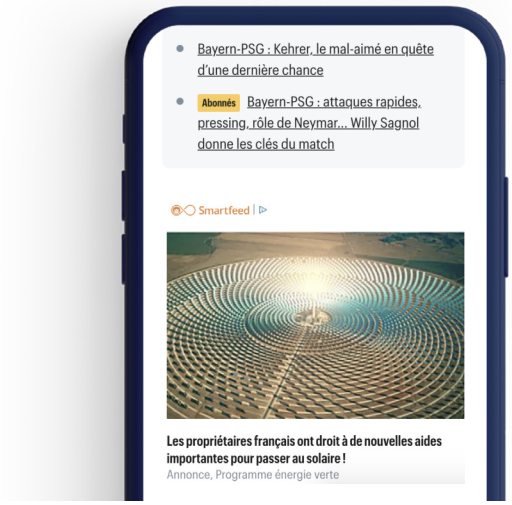
Verticale	Objectifs	Produit
Tech	CPL réduit, Conversions	Conversion Bid Strategy

Contexte

Dolead est le spécialiste de la génération de leads qualifiés via les canaux digitaux payants en Europe et aux Etats-Unis. Leur approche sectorielle ainsi que leur technologie permettent l'amélioration en continu du ROI de leurs clients.

Dolead utilise la **plateforme** Outbrain pour générer des leads à des Coûts Par Acquisition (CPA) compétitifs depuis 2018. En recherche permanente de volumes supplémentaires de leads qualifiés à de meilleurs coûts - notamment sur les secteurs de l'Assurance, l'Énergie et la Formation - Dolead a souhaité tester l'outil "Conversion Bid Strategy" (CBS) pour :

- diversifier ses leviers d'acquisition
- améliorer sa rentabilité et donc son Coût Par Lead (CPL)



Solution

CBS est un outil qui optimise de façon automatique les campagnes vers les inventaires et les audiences les plus performants en fonction des objectifs définis. Deux modes de gestion proposés par CBS ont été utilisés pour cette campagne :

"Semi-Automatic" : ce mode a permis à Dolead de diversifier l'exposition de ses annonces sur le réseau Outbrain et ainsi récolter des données importantes (clics, CTR et CPC) afin d'identifier les éditeurs aux meilleurs taux de conversion.

"Target CPA" : Dolead a ensuite utilisé ce mode d'enchère automatique permettant de respecter un coût fixe et de maximiser les conversions via l'optimisation des CPC en temps réel. L'activation de cette fonctionnalité a permis la réduction du CPL et l'augmentation du volume de dépense et des leads générés.

Résultats

L'implication de Dolead, notamment via la réalisation d'A/B tests fréquents sur les éléments créatifs, a joué un rôle crucial dans la réussite de la campagne.

-20%
par rapport au CPL cible

+33%
de CVR par rapport au benchmark de la concurrence

Après avoir utilisé le mode d'enchères "Semi Automatique" sur les 3 dernières années, nous avons décidé de tester "Target CPA", mieux adapté à notre stratégie de lead generation. Les résultats obtenus fin 2020 ont été très satisfaisants puisque nous avons réduit notre CPA de 20% tout en atteignant +33% de taux de conversion face aux benchmarks de la concurrence. Grâce à ces performances, nous avons augmenté notre budget Outbrain de 55% sur Q1 2021.

– Kevin Bucher, Head of Social & Native Ads, Dolead

© 2021 Outbrain Inc. Outbrain is a registered trademark of Outbrain Inc.