

CAMAÏEU

Camaïeu booste son ROI avec Outbrain en mesurant la contribution sur les ventes

Verticale :

Retail

Objectifs :

Trafic qualifié et engagement

Produits :

"Standard Smartad", "Clip"

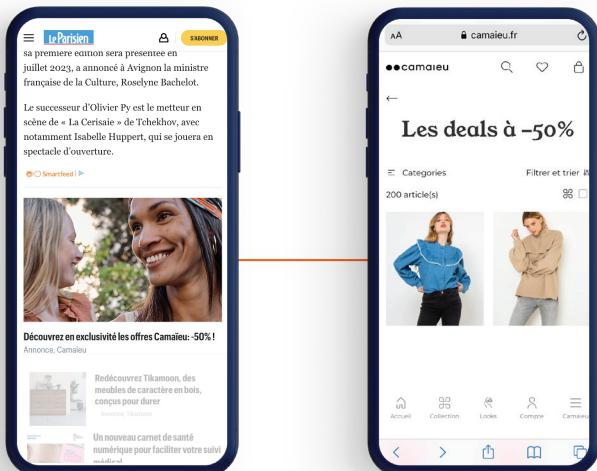
Contexte

Camaïeu est une entreprise française de prêt-à-porter féminin créée en 1984. Avec l'arrivée des beaux jours, Camaïeu a souhaité booster son activité pour les soldes d'été 2021.

Avec un mix média essentiellement dédié à la performance – Search, Social et Shopping comme leviers principaux – Camaïeu a cette fois-ci décidé de le diversifier grâce aux publicités natives d'Outbrain avec un double objectif clair : générer des nouveaux visiteurs tout en boostant les conversions et donc le ROI.

Solution

Camaïeu a été convaincu par la puissance du réseau d'éditeurs premium d'Outbrain ainsi que sa connaissance des intérêts réels des consommateurs. Pour générer du trafic qualifié vers son site, Camaïeu a choisi d'utiliser le format "Standard Smartad" d'Outbrain, un format impactant, brand-safe et placé au pied d'article, là où l'attention des lecteurs est à son maximum. Les images ont aussi été animées via l'utilisation du format "Clip", une vidéo très courte, qui a permis de donner vie aux produits de Camaïeu et dépasser les objectifs de conversion de la campagne.



Résultats

La qualité et la puissance du réseau d'éditeurs d'Outbrain ainsi que ses capacités de ciblage avancé ont permis à Camaïeu de largement dépasser ses objectifs :

85%

de nouveaux visiteurs : Outbrain fait 2x mieux que le Social (40%) et 4x mieux que le Search (20%)

x2

CVR avec un modèle d'attribution contributif vs. last click

x1,5

CA en prenant en compte le modèle d'attribution contributif

"Diversifier notre mix média et donc tester d'autres logiques d'attribution est important, notamment pour améliorer nos performances en termes de nouvelles visites et de conversions, et nourrir nos bassins d'audience. La valeur ajoutée d'Outbrain se remarque si on analyse les performances de campagne tout au long du funnel et non pas en se focalisant uniquement sur le "last-click" comme on pourrait en avoir l'habitude. Outbrain multiplie en effet par 2 son taux de conversion avec cette approche ! Je suis très satisfaite des performances et nous avons déjà prévu de réintégrer Outbrain dans nos prochaines campagnes digitales."

- Coralie De Graeve, Trafic Manager chez Camaïeu