


segmenta

-80% de CPC sur la campagne Cookit #LikeABosch pour Bosch et son agence segmenta grâce à Outbrain

Verticale

Retail

Objectifs

 Awareness,
Engagement

Produits

 Spotlight,
Click-to-Watch Video

Contexte

Bosch Hausgeräte GmbH est l'un des principaux fournisseurs d'appareils électroménagers dans le monde. Bosch, synonyme de qualité premium, conçoit ses produits pour répondre à l'évolution constante des exigences et besoins de ses consommateurs. Avec leur campagne #LikeABosch, l'entreprise présente des solutions innovantes et durables.

En 2021, la campagne Cookit a été intégrée à l'initiative #LikeABosch avec un spot TV ultra créatif et engageant. *segmenta*, l'agence partenaire de Bosch, a ensuite développé une campagne full-funnel autour de cette pub pour étendre le scale de #LikeABosch vers d'autres plateformes médias et ainsi inciter l'audience cible à acheter via plusieurs touchpoints. En collaboration avec Outbrain, Bosch et *segmenta* ont exploité les formats premium "Click-to-Watch" et "Spotlight" pour accroître leur notoriété. Pour atteindre leurs objectifs bas-de-funnel, ils ont également utilisé le format standard Smartad d'Outbrain.

Solution

Avec la campagne #LikeABosch, *segmenta* a surtout cherché à améliorer l'image de la marque et générer un trafic qualifié sur le site web. Pour cela, l'agence a utilisé différents canaux et formats publicitaires pour chaque étape du funnel afin de générer un maximum d'attention et un engagement élevé.

Les vidéos dynamiques et engageantes à propos de Cookit mettent en avant les avantages du produit et suscitent la curiosité. Le media planning de son côté s'est concentré sur des emplacements ultra visibles et de haute qualité, tandis que *segmenta* s'est assuré de choisir un mix de formats efficaces pour maximiser l'impact des assets vidéos.

Le format Spotlight d'Outbrain a permis de booster la notoriété de la marque sans pour autant perturber la navigation des consommateurs avec des annonces intrusives. Pour Bosch et *segmenta*, cela signifie aussi garantir la brand safety, une visibilité élevée, et un engagement fort.

L'ajout de "Click-to-Watch" - format vidéo Outbrain qui se lance uniquement si l'utilisateur clique sur l'annonce - a garanti l'attention réelle et complète de l'audience cible pour le robot cuiseur multifonction Cookit. Après avoir cliqué sur le CTA (call to action) intégré à l'annonce, les utilisateurs arrivent directement sur la page de redirection.

Résultats

Bosch et *segmenta* ont obtenu un engagement excellent et ont incité leur public cible à passer à l'achat grâce aux expériences publicitaires ultra engageantes d'Outbrain.

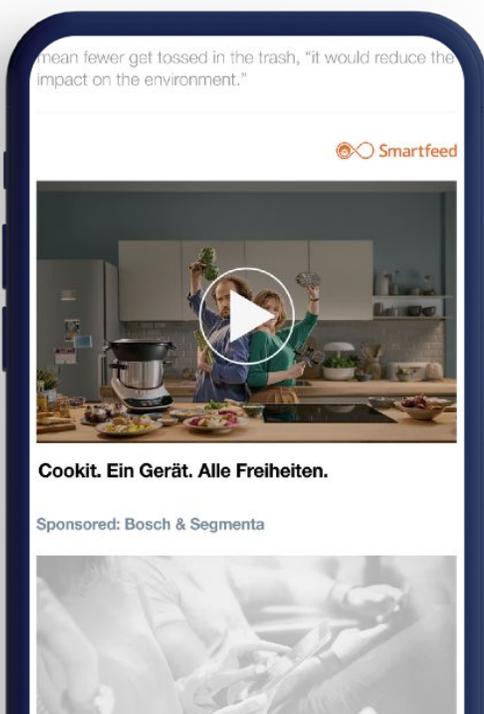
68%

 de taux de complétion
des vidéos avec Spotlight

-80%

 de CPC vs.
autres canaux

+25%

 de temps passé sur site
avec "Click-to-Watch"


"Nous sommes très satisfaits des résultats obtenus grâce à Outbrain. Il était important pour nous de faire passer le message #LikeABosch auprès des consommateurs au-delà de la télévision, et de les convaincre d'utiliser notre Cookit. Les formats Smartads d'Outbrain et les relations exclusives avec des éditeurs premium nous ont permis de diffuser nos annonces dans un environnement premium et engageant."

– Jehane el Hachimi el Idrissi, spécialiste marketing numérique, Bosch Kleingeräte.