

CASE STUDY :

STORY SEQUENCING: RENAULT PROMUOVE IL NUOVO MODELLO ALPINE CON UNA STRATEGIA DI CONTENUTI SEQUENZIALI.

ALPINE

Prodotto:

Outbrain Amplify
Story Sequencing

Vertical:

- Automotive

Obiettivi:

- Amplificare il lancio del nuovo modello di auto premium su un'audience rilevante
- Rinforzare la brand awareness
- Presentare le caratteristiche di alta qualità del nuovo modello

Contesto: nel 2016 viene lanciato l'iconico marchio del gruppo Renault, Alpine, un nuovo modello sportivo premium. Dopo essere stato per più di 20 anni sulle griglie di partenza dei principali rally internazionali, Alpine ricostruisce la notorietà del marchio con il lancio del suo modello più nuovo rivolto ad un pubblico mirato e rilevante, comunicando attraverso una strategia di contenuti sequenziali.

“

È importante per il nostro brand essere sempre in prima linea in tema di innovazione e siamo quindi molto lieti di essere stati i primi a testare “Story Sequencing” di Outbrain. I contenuti sequenziali si adattano bene alle esigenze del nostro settore, dove i consumatori di solito si informano attraverso più contenuti prima di acquistare. I primi risultati sono promettenti e stiamo verificando come utilizzarlo per campagne più ampie”.

LAURENT ALIPHAT,
WORLDWIDE HEAD OF MEDIA, GROUP RENAULT

Strategia: Il team di Renault Alpine e OMD hanno testato le potenzialità del Content Discovery di Outbrain (75% di reach in Francia) per amplificare le recensioni positive ottenute dal lancio del loro nuovo modello. Alpine ha poi fatto leva sulle forti capacità dello strumento Story Sequencing di Outbrain per il retargeting degli utenti che si sono lasciati coinvolgere dalle recensioni positive, con contenuti ospitati sul sito appositamente creati per il lancio. articoli, foto e video. Alpine, come ha dichiarato espressamente il suo leader, è stato il primo brand in Europa ad utilizzare Story Sequencing nella sua content strategy.

Risultati: L'amplificazione delle recensioni positive ottenute da terze parti riconosciute e affidabili, ha consentito a Renault di influenzare positivamente i consumatori. Il retargeting sugli utenti con contenuti rilevanti attuato con Story Sequencing ha permesso a Renault di interagire con un pubblico altamente qualificato.

“

“Per sostenere il lancio di Alpine, abbiamo lavorato con Outbrain per implementare una content strategy articolata in due fasi: l'amplificazione degli earned media su un pubblico coinvolto, seguito dal retargeting su un segmento di pubblico qualificato con contenuti personalizzati ospitati sul sito di Alpine.”

CHRISTOPHE MATHON,
DIGITAL GLOBAL DIRECTOR, OMD

CASE STUDY :

STORY SEQUENCING: RENAULT PROMUOVE IL NUOVO MODELLO ALPINE CON UNA STRATEGIA DI CONTENUTI SEQUENZIALI.

RESULTS

1ST TOUCH POINT L'amplificazione degli earned media positivi ha permesso di identificare e coinvolgere più di 55.000 utenti.



Renault: La nuova Alpine sarà
"made in France"
Europe 1

+55.000 VISITE

2ND TOUCH POINT Il 16% degli utenti che è stato coinvolto con gli earned media di Alpine sul network premium di Outbrain, ha continuato a cliccare su contenuti raccomandati che portavano al sito Alpine, dimostrando ulteriormente l'elevato valore del segmento pre-qualificato di pubblico identificato. I risultati della seconda sequenza hanno portato ad un tasso di click 8 volte più elevato e un tempo medio di 60 secondi sul sito.



L'Alpine come non l'avete mai
vista prima.
Alpine vision

16 %

LA PERCENTUALE DEGLI UTENTI ESPOSTI AL PRIMO CONTENUTO E CHE HA VISITATO IL SITO ALPINE

X 8

VOLTE + ALTO IL CLIC-RATE SULLA SECONDA SEQUENZA DI CONTENUTI

60"

IL TEMPO MEDIO SPESO SUL SITO



"In media si stima che le persone leggano più di 10 contenuti prima di raggiungere la fase di acquisto. Questo è ancor più vero nel settore automobilistico, in cui i potenziali acquirenti sono fortemente influenzati dai giudizi di terzi. Come tale, i contenuti rappresentano la chiave e Renault li usa sapientemente. Con il sequenziamento della sua strategia di contenuti, Renault è stata in grado di rafforzare la reputazione del suo brand Alpine, individuando un segmento di pubblico qualificato, e convalidando la rilevanza dei suoi contenuti "

FLORIAN LE CLERC

Sales Director Brands & Agencies, Outbrain France