

# FIAT : Ricrea l'esperienza dello showroom attraverso una strategia dei contenuti

Outbrain



## Obiettivi

- Traffico alla pagina di prodotto
- Dirigere i clienti verso la parte finale del funnel di vendita e ottimizzare le conversioni

## Overview

Partendo dal presupposto che la ricerca è una parte fondamentale nel percorso di ogni cliente interessato all'acquisto di un'auto, Fiat ha sviluppato una strategia basata sulla fornitura di contenuti informativi e interattivi relativi al loro nuovo modello di auto: la Fiat 500X. Quali erano i loro obiettivi? Individuare potenziali clienti e coinvolgerli partendo dai loro interessi, offrendo loro contenuti che li avrebbero portati a procedere nel funnel di vendita, come ad esempio: configuratore di auto, prenotazione di un test drive, download della brochure ecc.

La capacità di raggiungere nuovi utenti, grazie ad una vastissima reach disponibile, unita agli strumenti di targeting di Outbrain, hanno permesso al brand di intercettare un'audience qualificata e con un livello di engagement più alto, ottenendo un sensibile aumento delle conversioni. Questo canale si è dimostrato più efficace dei canali social e di ogni altro formato display.

## Risultati

1<sup>a</sup>

Outbrain è la fonte numero uno di traffico rispetto a qualsiasi altro supporto a pagamento

-50%

CPC & CPE (Cost per Engagement) Outbrain VS. qualsiasi altro supporto a pagamento

80%

delle interazioni con il configuratore auto provenivano da Outbrain vs il 50% del budget destinato alle campagne media

## Esperienza

"Con il lancio dei nuovi modelli, Fiat è sempre alla ricerca di nuovi modi per distinguersi dalla concorrenza, adottando una strategia di marketing "pull" basata sui contenuti che forniscono valore ai propri clienti, senza però risultare invasivi. In base alla tipologia di interazione che abbiamo con i nostri clienti e prospects, siamo in grado di stabilire una connessione con loro e ricreare l'esperienza dello showroom. La piattaforma di Discovery di Outbrain ci aiuta a raggiungere utenti interessati ai nostri modelli di auto, ancor prima che quest'ultimi siano attivamente alla ricerca di una nuova auto da acquistare."

JÉRÉMIE BALLOUARD

RESPONSABLE DIGITAL & CRM, FCA FRANCE

# FIAT : Ricrea l'esperienza dello showroom attraverso una strategia dei contenuti

Outbrain



## Strategia della campagna

- Amplificazione dei contenuti Fiat attraverso il network di editori premium di Outbrain
- Creazione e testing di immagini e titoli per ottimizzare i risultati.
- La tecnologia di Outbrain ha permesso a Fiat di raggiungere l'audience più giusta.
- La campagna ha generato un grande volume di traffico di consumatori che hanno deciso di cliccare sui contenuti Fiat
- La campagna è stata misurata in base a diversi KPI: test drive, download della brochure e ricerca dello showroom. Outbrain ha ottimizzato il rendimento della campagna testando varie combinazioni di immagini e titoli

