

CASE STUDY:

COME MICROSOFT HA INCREMENTATO LE CONVERSIONI CON GLI STRUMENTI AVANZATI DI TARGETING DI OUTBRAIN



Soluzione:

- Outbrain Amplify

Verticali:

- Tecnologia
- B2B

KPI della campagna:

- Conversioni

Tematiche principali:

- Generare leads di alta qualità



Su Microsoft:

Microsoft Corporation è una multinazionale di tecnologia americana che sviluppa, produce, supporta e vende, o concede in licenza, software per computer, elettronica di consumo, personal computer e servizi. È la più grande produttrice di software al mondo per fatturato, nonché una delle aziende più importanti al mondo.

Overview: Utilizzando alcune delle nuove e più avanzate funzionalità di targeting di Outbrain, Microsoft è riuscita a raggiungere, con i suoi contenuti, importanti risultati in termini di conversioni. Outbrain ha ottenuto più clicks e leads rispetto alle campagne social, e ciò non ha fatto altro che dimostrare come, catturare un pubblico mirato, mentre è in modalità di scoperta contenuti, può generare risultati impressionanti.

Campaign Highlights

35K

CLICKS

180%

PIÙ LEADS
RISPETTO AI
CANALI SOCIAL

57%

CPA PIÙ BASSO
RISPETTO AI
CANALI SOCIAL

CASE STUDY:

COME MICROSOFT HA INCREMENTATO LE CONVERSIONI CON GLI STRUMENTI AVANZATI DI TARGETING DI OUTBRAIN

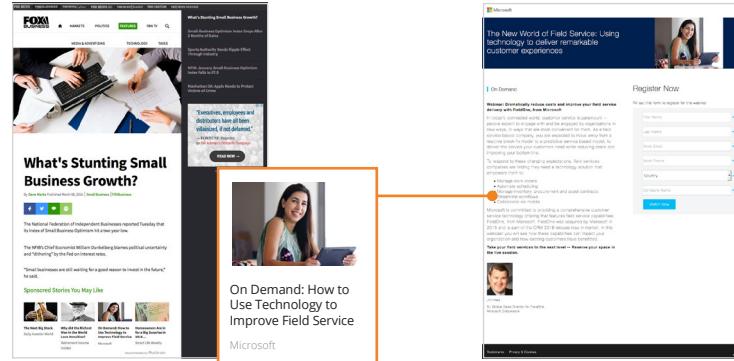
Gli obiettivi:

L'obiettivo primario della campagna Microsoft era quello di generare leads di alto valore, e con una maggiore probabilità di conversione. Le caratteristiche di targeting di Outbrain hanno permesso a Microsoft di identificare un pubblico chiave, all'interno del network Outbrain, e fornire contenuti con una probabilità di conversione più alta.

Le soluzioni di Outbrain

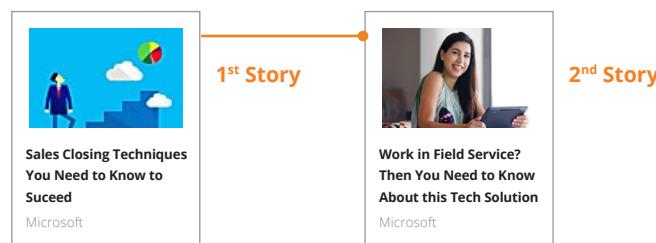
Campagna sul network Outbrain con ottimizzazione dei KPI

Microsoft ha promosso la sua campagna FieldOne attraverso il network di Outbrain, e grazie all'ottimizzazione dei KPI, i contenuti sono stati spinti verso gli editori e le headlines più performanti.



Retargeting con contenuti sequenziali

Con il retargeting degli utenti che hanno già consumato precedenti campagne di contenuto, Microsoft ha intercettato



Audience Targeting con dati di prima parte (DMP)

Attraverso il network Outbrain, Microsoft distribuisce i contenuti ai segmenti di audience di alto valore, intercettati sul proprio sito tramite DMP partner.

