

# Outbrain Riduce del 50% il CPL per la Campagna Lead Generation di Pitagora

**Vertical**  
Finance

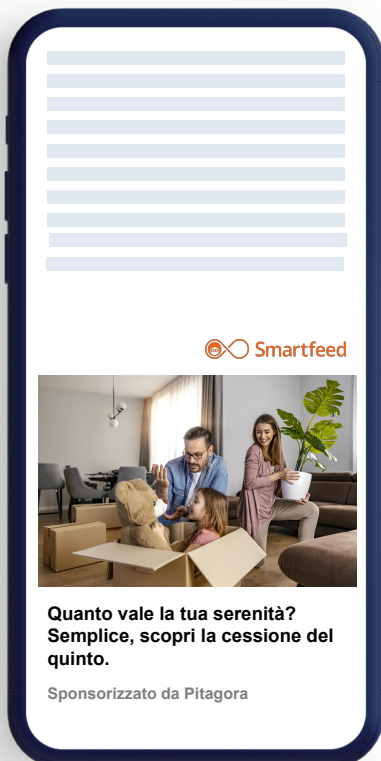
**Objective**  
CPL

**Product**  
Native, Clip

## Overview

Pitagora S.p.A., attiva nel settore del credito al consumo fin dal 1995 e specializzata in finanziamenti a sostegno di famiglie e privati per l'acquisto di beni e servizi, vanta una presenza capillare in Italia con 86 filiali sul territorio.

In un contesto di mercato altamente competitivo come quello finanziario, l'individuazione di strategie efficienti per ridurre il costo di acquisizione di nuovi clienti è cruciale. Con questo obiettivo, Pitagora ha selezionato Outbrain come partner strategico per la sua nuova campagna di lead generation, avvalendosi dell'efficacia del native advertising per l'acquisizione di traffico qualificato e integrando il proprio media mix con altre piattaforme come Google Search e Google Display Network, con il supporto della media agency Thulasa.



## Soluzione

Alla continua ricerca di esperienze pubblicitarie non intrusive e rispettose dell'esperienza di navigazione dell'utente, Pitagora ha attivato i formati Native di Outbrain per la prima fase della propria strategia a Performance, basata su un'accurata selezione di creatività, titoli e CTA multivariate per diversi segmenti di pubblico (giovani coppie, famiglie, pensionati). Alla luce degli ottimi risultati ottenuti, il brand ha successivamente introdotto il formato Clip in una seconda fase della campagna per potenziare la fase di Consideration attraverso esperienze pubblicitarie animate e ingaggianti.

La tecnologia predittiva di Outbrain, basata su IA e potenziata da dati di interesse per i settori Business & Finance, ha individuato i segmenti di pubblico più rilevanti per il messaggio del brand all'interno di contesti editoriali premium.

## Risultati

L'attivazione con Outbrain ha permesso a Pitagora e Thulasa di ottimizzare l'intera strategia di acquisizione di lead; Outbrain ha infatti ottimizzato il CPL complessivo di campagna e aumentato l'engagement degli utenti con il messaggio pubblicitario, migliorando il tempo di permanenza sulla landing page e il ROAS del brand.

**-50%**

CPL overall di  
campagna

**+17%**

Tempo in pagina  
per Utente

*"La partnership con Outbrain è stata di semplice attivazione, e il flusso di comunicazione con il team di account management sempre efficiente, preciso e chiaro. Consiglierei vivamente Outbrain a tutti i marketer alla ricerca di nuove soluzioni per diversificare con successo il proprio media mix e scalare i propri risultati di campagna con esperienze pubblicitarie performanti e non intrusive."*

– Andrea Testa, CEO & Founder, Thulasa