

Booking.com aumenta suas conversões utilizando a descoberta de conteúdo



Objetivo

Aumento de Registros

Vertical

Turismo

Solução

Descoberta / Outbrain Amplify

Overview

Booking.com é uma das maiores empresas de e-commerce de viagens do mundo e tem como missão empoderar pessoas a vivenciar o mundo. Em 2017, Booking.com ampliou sua oferta de serviços incluindo a locação de casas e apartamentos particulares como opção de hospedagem. Com o objetivo de crescer globalmente o número de proprietários inscritos na plataforma, Booking.com firmou parceria com a Outbrain em 25 mercados, como um importante parceiro de aquisição e performance digital.

Inicialmente, para as campanhas nativas realizadas com a Outbrain, Booking.com utilizou as mesmas landing pages criadas originalmente para a busca paga. Como resultado, obteve um grande número de proprietários que completavam o primeiro passo da inscrição - o que garantia um bom CPL - mas que no entanto, não avançavam para as etapas seguintes do funil.

Diante disso, o time da Outbrain definiu metas para melhorar o resultado de usuários que atingiam 25% e 100% de conclusão do processo de inscrição. Para isso, o time criou 3 diferentes tipos de landing pages para Booking.com e também sugeriu a inclusão de depoimentos, prêmios, reconhecimentos e também o uso de uma função que permitia estimar os ganhos semanais, baseado na geolocalização do usuário.

Resultados

Após duas semanas de testes A/B, Booking.com constatou uma significativa melhora tanto no número de usuários que completavam 25% do processo de inscrição, quanto naqueles que chegavam a 100%, comprovando que páginas com conteúdos elaborados para Descoberta e que contextualizam os benefícios, geraram maior impacto na conversão.

Além disso, houve uma diminuição no custo por registro, confirmando uma melhor eficiência no custo de mídia.

35%

de crescimento no CVR dos usuários que completaram 100% do processo

14%

de crescimento no CVR dos usuários que completaram 25% do processo

