

AVON

Avon otimiza taxa de conclusão de vídeo com programática nativa

Produtos

Outstream Scroll-to-Watch via Display & Video 360

Segmento

Beleza & Cosméticos

Objetivo

Awareness

Contexto

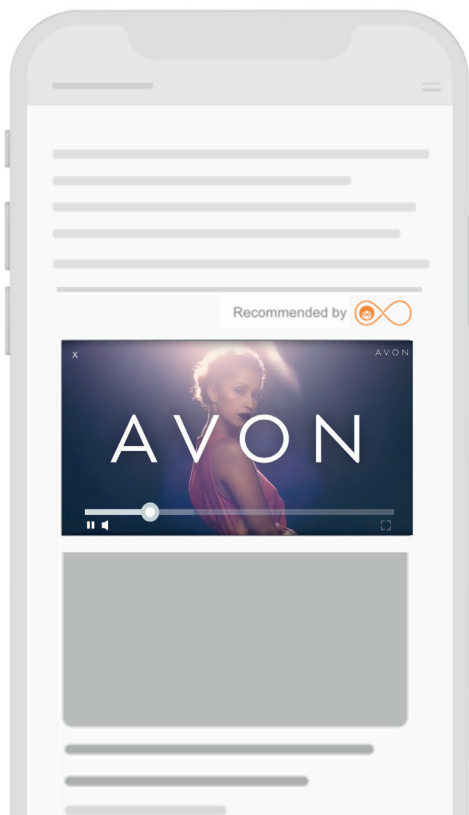
No Brasil desde 1958, a Avon se consolidou como uma das principais empresas de beleza e cosméticos dentro do mercado brasileiro, que passou a ser o principal mercado de atuação da empresa. Com um portfólio extenso de produtos em diversas categorias como maquiagem, perfumaria e itens de cuidado pessoal, a marca vai muito além da beleza estética.

Para destacar sua missão, em parceria com a agência i-Cherry, a marca produziu um vídeo com o tema **“Acredite no poder das mulheres”**, que visou reforçar seu apoio a importantes causas ligadas ao universo feminino como o combate a violência doméstica, o câncer de mama e os estereótipos e as desigualdades de gêneros.

Solução

Com a finalidade de gerar awareness junto a um público qualificado, a Avon promoveu o vídeo da campanha dentro de seu inventário premium e exclusivo, utilizando o formato Scroll-to-Watch, em que o consumidor deve rolar a página até o vídeo para que ele possa iniciar sua reprodução.

A integração entre Outbrain e Display & Video 360 via BidSwitch, permitiu que a compra da mídia pudesse ser feita no modo programático, garantindo maior capacidade de capitalizar os benefícios do inventário nativo da Outbrain em escala.



Veja o vídeo



Resultados

63% Completion Rate

(vs 41% em outras plataformas nativas)

70%

dos usuários visualizaram mais de 75% (+ 22 segs) do vídeo com duração total de 30 segundos

“

Para esta campanha queríamos testar novos formatos e foi essencial para os resultados poder contar com um parceiro com inventário premium e com quem conseguíamos otimizar a campanha a quatro mãos para atingimento dos KPIs.

– Rafael Viberti, Supervisor de Mídia na i-Cherry