

WeightWatchers

Trafic qualifié pour générer des conversions : Outbrain surpassé le Social et le Display

Verticale

Santé & Alimentation

Objectif

Trafic qualifié

Produit

Standard Native & Retargeting

Contexte

WeightWatchers (WW), leader mondial des programmes de bien-être et de perte de poids scientifiquement prouvés, a pour mission de promouvoir des habitudes saines dans la vie quotidienne de leurs consommateurs.

Avec la prise de conscience rapide et l'intérêt croissant pour la santé et le fitness, la marque souhaitait accroître le reach de ses campagnes tout en générant un trafic ultra-qualifié et des abonnements en dehors des canaux traditionnels, comme le Social et le Display. Le réseau exclusif d'éditeurs premium d'Outbrain, ainsi que ses capacités de ciblage précis, ont été déterminants dans le choix de WW.



Solution

Afin d'atteindre des objectifs ambitieux, WW et Outbrain ont divisé la campagne en deux phases pour maximiser son impact. La marque a rapidement compris que l'utilisation du ciblage d'intérêt précis et cookieless d'Outbrain - vers des catégories telles que le business, la finance, le loisir, la santé, et la politique - combiné à des créas impactantes ont permis de créer des bassins d'audience de qualité.

La campagne s'est ensuite appuyée sur ces bassins d'audience pour procéder au retargeting des utilisateurs les plus pertinents et engagés via des offres de promotion et d'abonnement personnalisées. En plus de générer un trafic ultra-qualifié, la contribution d'Outbrain aux objectifs d'acquisition de WW a été cruciale pour générer des conversions rentables.

Résultats

Outbrain a surpassé à la fois le Social et le Display sur la campagne milieu-de-funnel de WW, tout en jouant un rôle déterminant dans l'amélioration des résultats bas-de-funnel :

Coût par visite :

-3.5x **-6x**
vs. Social vs. Display

Nouveaux utilisateurs :

+64% **4x**
vs. Social vs. Display

"La contribution d'Outbrain à notre génération de trafic qualifié de manière rentable est essentielle. Ce levier nous apporte des audiences pertinentes et engagées sur la durée, dépassant même nos objectifs de nouveaux visiteurs tous les mois. Surpasser les canaux traditionnels est une chose, mais Outbrain est imbattable lorsqu'il s'agit des KPIs de milieu-de-funnel. Au-delà des utilisateurs engagés, la plateforme booste également nos résultats en termes d'acquisition."

Audrey Guillot - Lead Acquisition and Performance Marketing, WeightWatchers