

El formato Pre-Roll contextual de Onyx sobrepasa los objetivos de la estrategia de vídeo de Allianz Direct

Contexto

Un storytelling super eficaz, unas experiencias inmersivas, y un formato que las audiencias online prefieren para consumir contenidos... el vídeo es cada vez más popular, casi imprescindible para las marcas.

La creatividad, la innovación tecnológica y los partnerships estratégicos son los pilares de la última campaña de vídeo en la open web de Allianz Direct, líder mundial en seguros en línea, cuyo objetivo es mejorar el conocimiento de la empresa y sus productos. Además de mejorar el rendimiento de sus activaciones de upper-funnel, la campaña también se diseñó para reforzar la estrategia tradicional de lower-funnel de Allianz Direct.

Solución

La experiencia de vídeo personalizada Onyx Pre-Roll se implementó para atraer a la audiencia adecuada, en el entorno adecuado, y reforzar así el impacto de la marca a través de un delicado equilibrio entre storytelling vídeo y relevancia contextual. Distribuida en entornos editoriales cuidadosamente seleccionados, la campaña sólo fue visible dentro de contenidos in-article de alta calidad.

La combinación de un storytelling de vídeo impactante, un targeting contextual preciso y una tecnología predictiva sofisticada ha permitido a la plataforma Onyx llevar la estrategia de branding de Allianz Direct a una nueva dimensión, alcanzando a audiencias premium ultra-comprometidas en la Open Web.

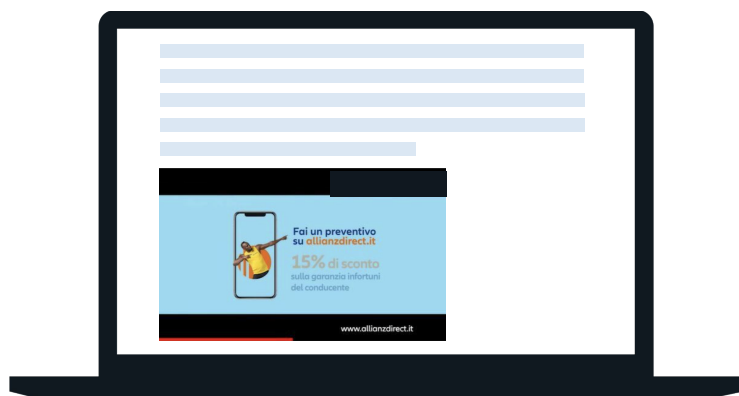
La optimización de la campaña se centró en seleccionar segmentos contextuales relevantes en línea con los objetivos de la marca. El sector del automóvil y el de las finanzas personales generaron el mayor engagement por parte de los usuarios.

Resultados

El formato contextual Onyx Pre-Roll logró excelentes resultados para Allianz Direct en términos de tasas de finalización y visibilidad, superando los benchmarks de atención de Adelaide (AU). Además, la impresionante tasa de clics de 0,30% confirma el interés genuino de los usuarios que interactuaron con la creatividad para buscar más información sobre el producto, generando así tráfico ultra-cualificado.

78%	87%	+15%
de tasa de finalización de vídeo	de visibilidad	AU vs. benchmark vídeo

*Atención del usuario medida en Attention Units (AU) por Adelaide



“La experiencia Pre-Roll contextual de Onyx permite combinar el storytelling en vídeo y la consideración del producto de forma sencilla, eficaz y armoniosa. Una vez realizadas las optimizaciones, los resultados de la campaña demuestran claramente que la atención del usuario es crucial para mejorar el rendimiento tanto de high-funnel como de mid-funnel, y que la segmentación contextual es clave para una estrategia de vídeo exitosa.”

– Andrea Zangrandi, Brand & Advertising Media Manager, Allianz Direct