



OPTIMIZADO POR
BRAND STUDIO

LANCÔME
PARIS



CASO DE ÉXITO

Lancôme optimiza su campaña de branding hacia la atención con Onyx by Outbrain™.



APERÇU SUR MOBILE

Introducción

“Poder optimizar nuestras campañas para maximizar la atención del usuario es una auténtica revolución. Esta innovación está marcando el comienzo de una nueva era de plataformas y planes de medios responsables.”

Aurélia Miquel, Digital Media & Acquisition, Lancôme

Resultados

+57%

de Attention Unit (AU)
vs. benchmark Display*

77%

de viewability (vía DV)

* Adélaïde Analytics

Contexto

Lancôme es una marca francesa de cosméticos y productos de lujo que pertenece al grupo L'Oréal. A lo largo del tiempo, Lancôme ha difundido su visión de la elegancia francesa a través de importantes innovaciones que le han permitido consolidarse como líder mundial en el sector de la belleza de lujo. La campaña «La Vie est belle» destacó a dos embajadoras de la marca, Julia Roberts y Aya Nakamura.

L'Oréal busca constantemente nuevos formatos publicitarios que combinen innovación y experiencia de usuario. El equipo de Publicis Media Trading, responsable de la estrategia digital de la marca, recomendó el uso en exclusiva del formato High Impact Display de Onyx, «Hybrid», centrando la campaña en un nuevo KPI de atención, más allá de la simples medidas de viewability.

Solución

Onyx by Outbrain, nueva plataforma de branding, ofrece emplazamientos in-article exclusivos en los principales sitios web editoriales del mundo. Confiando en el equipo de Publicis Media Trading para optimizar la campaña, Lancôme se benefició de la experiencia inmersiva y exclusiva Hybrid, desarrollada por Brand Studio, que combina video storytelling y consideración del producto en un formato rich media.

Además, gracias a la asociación de Onyx con Adelaide, plataforma líder en medición de la atención, el rendimiento de la campaña pudo optimizarse mediante el Attention Unit (AU), una métrica comprobada, que establece el vínculo entre la atención del usuario en entornos de calidad y los resultados comerciales.

La opinión de Publicis



Los resultados demuestran que la atención, como métrica, ofrece calidad y escala. En el caso de Lancôme, el formato rich media desarrollado por Brand Studio proporcionó una experiencia de usuario muy atractiva, con vídeo y carrusel trabajando en armonía. Las embajadoras de Lancôme captaron la atención de las audiencias de Onyx, ofreciéndoles un momento de descubrimiento único y no intrusivo, reforzando así la imagen de la marca".

Nabil Ait Yahia, Trading Director, Publicis Media

