

La Lotería Nacional belga lanza su primera campaña cross-funnel en la Open Web

Contexto

Con un premio excepcional de €130 millones en el gran sorteo de Euromillions, la Lotería Nacional de Bélgica quería aumentar la notoriedad de su juego emblemático y fomentar la participación de los jugadores. Más allá de su estrategia tradicional, la marca exploró nuevas maneras creativas de fortalecer su presencia en los medios belgas.

En lugar de experimentar con un nuevo canal, la Lotería Nacional buscaba un partner capaz de cumplir con ambos objetivos de notoriedad y engagement, acompañando a las audiencias en cada etapa del funnel. Esto les llevó a aprovechar la Open Web como un espacio ideal para conectar con las audiencias en momentos óptimos de consideración, mientras que Onyx se destacó como la solución perfecta para implementar una campaña cross-funnel a través de la plataforma publicitaria de Outbrain.

Solución

Para abordar sus objetivos, la Lotería Nacional y IPG Mediabrands colaboraron con Outbrain en una campaña doble.

Primero, mediante Onyx, la Lotería Nacional lanzó una campaña de awareness que captó la atención con videos cautivadores diseñados específicamente para su audiencia objetivo. Este enfoque no solo aumentó la notoriedad del sorteo de Euromillions, sino que también permitió identificar y conectar con una audiencia muy valiosa, manteniendo su engagement a lo largo del viaje del cliente.

En la segunda campaña, centrada en el mid-funnel, la Lotería Nacional aprovechó las capacidades avanzadas de targeting de Outbrain para dirigir a esta audiencia hacia la siguiente etapa del funnel. Esto resultó en una reducción significativa del costo por visita y una mejora en la eficiencia de la campaña, fortaleciendo aún más la consideración de marca entre los consumidores potenciales.



Resultados

Este enfoque cross-funnel unificó los esfuerzos de brand-building y consideración en una estrategia publicitaria coherente.

+4%

Viewability
vs. objetivo

-85%

de costo por
visualización completa
(CPVC) vs. objetivo

-30%

de costo por visita
(CPV) con
Retargeting

"Después de años de colaboración con Outbrain en campañas de performance y consideración, decidimos probar su nueva solución de branding. Onyx, para alcanzar nuestros objetivos de awareness. Los resultados han sido impresionantes en comparación con nuestros objetivos, pero la campaña no se detuvo ahí. Onyx también nos permitió impulsar la consideración durante nuestra campaña, reduciendo considerablemente el costo por visita (CPV)."

– Mathieu Corrado

Digital Performance Advisor, Initiative & Mediabrands