

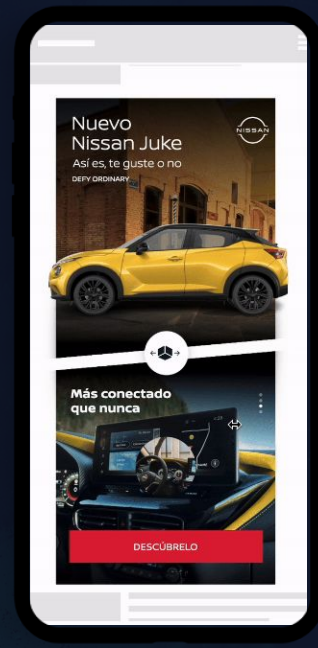


POWERED BY
BRAND STUDIO



CASO DE ÉXITO

Nissan se apoya en Onyx y Brand Studio para impulsar el lanzamiento de su nuevo Juke



Introducción



Para el lanzamiento del nuevo Nissan Juke, se necesitaba una campaña que conectara de verdad con la audiencia objetivo: conductores urbanos que valoran la versatilidad y un diseño atrevido. Junto con Brand Studio, se trabajó para capturar el espíritu dinámico del Juke con creativities excepcionales, mientras que Onyx se encargó de asegurarse de que el mensaje captara la atención.”

– Giancarlo Casaretto, Digital Marketing Specialist, Nissan Iberia

Resultados

+61%

de atención vs.
benchmark para
formatos HID

x8.8

CTR vs. objetivo

70%

de tasa de visibilidad

El Desafío

Nissan, un referente en la industria automotriz, es conocido por su compromiso con la innovación y la excelencia en el diseño. Con el lanzamiento del nuevo Nissan Juke, el objetivo era captar la atención de los jóvenes conductores urbanos, una audiencia que valora el diseño moderno y la versatilidad.

El desafío consistía en crear una campaña que no solo lograra exposición, sino que también involucrara profundamente a la audiencia objetivo, asegurando que los atributos distintivos del Juke fueran vistos y apreciados. Habiendo colaborado exitosamente con Outbrain en campañas anteriores de mid- y low-funnel, Nissan confió en Onyx y Brand Studio para ayudar a crear una campaña audaz e innovadora que capturara la esencia distintiva del vehículo.

La Solución

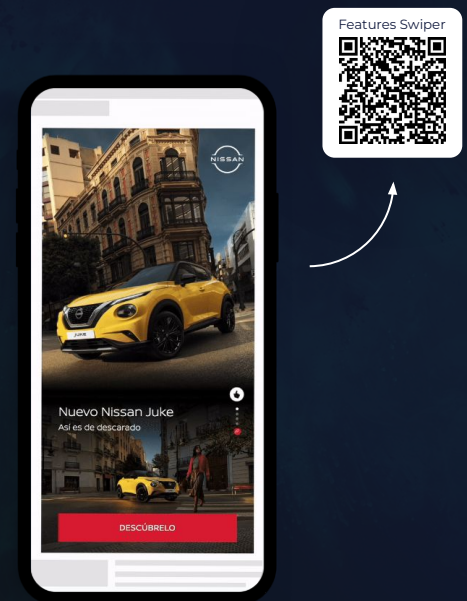
Para transmitir eficazmente la personalidad audaz del Nissan Juke y conectar con su audiencia, la campaña utilizó los formatos de High-Impact Display de Onyx. Brand Studio diseñó dos experiencias interactivas: el "Features Swiper," que permite a los usuarios deslizarse por los atributos del Juke, y el "360 Features," que ofrece una vista integral e interactiva del coche desde todos los ángulos. Estos formatos interactivos maximizaron la interacción de los usuarios en los emplazamientos de alta atención de Onyx, destacando eficazmente la versatilidad y el diseño distintivo del vehículo.

Las experiencias de Brand Studio no solo fueron visualmente atractivas, sino que también estuvieron estratégicamente dirigidas, utilizando la tecnología predictiva de Outbrain para entregar estas interacciones en los momentos en que los usuarios estaban más atentos. Esta integración de creatividad personalizada y entrega precisa hizo que la campaña fuera particularmente efectiva en captar y mantener la atención de la audiencia, alineándose perfectamente con los objetivos generales de la campaña.

ANALYTICS

La campaña del Nissan Juke mostró tasas de interacción más altas en comparación con los formatos de display estándar, así como una atención sostenida dentro de los entornos de alta atención de Onyx, demostrado por el fuerte engagement de los usuarios y las tasas de clics.

- **Creatividades interactivas:** El creativo "Features Swiper" logró una impresionante tasa de engagement del **61.28%**, lo que subraya que los usuarios estaban profundamente interesados en explorar las características del Juke.
- **Diseñado para la atención:** Los formatos de High-Impact Display superaron todos los benchmarks, con el creativo "360 Features" reteniendo la atención de los usuarios por un promedio de **8.51 segundos** y el "Features Swiper" por **6.45 segundos**.
- **Engagement a través de la interacción:** Los usuarios que interactuaron con los elementos interactivos, en particular los deslizamientos, mostraron una mayor probabilidad de continuar interactuando, contribuyendo a un CTR del **0.88%**. Esto demostró una fuerte conexión entre la experiencia interactiva y la intención del usuario, impulsando un engagement significativo.



Testimonio

“ Gracias a Onyx, no solo logramos captar la atención de los usuarios, sino también dirigirla hacia una consideración más profunda y un engagement significativo, lo que impulsó un CTR que superó con creces nuestros KPIs. Esta colaboración demostró la efectividad y el impacto significativo de nuestras estrategias publicitarias en llevar la atención hacia la consideración. Esta asociación ha establecido un nuevo estándar para nuestras campañas, y esperamos seguir construyendo sobre este éxito.”

- Giancarlo Casaretto, Digital Marketing Specialist, Nissan Iberia