



SUCCESS STORY

Nissan mise sur Onyx et Brand Studio pour le lancement stratégique du nouveau Juke



Introduction



“Pour le lancement du nouveau Nissan Juke, notre ambition était de concevoir une campagne capable de résonner pleinement avec notre audience cible : les conducteurs urbains en quête de polyvalence et d’un design affirmé. Brand Studio a brillamment traduit l’esprit dynamique du Juke à travers des créas engageantes, tandis que les formats High-Impact Display (HID), combinés aux emplacements premium d’Onyx, nous ont permis de capter et de retenir efficacement l’attention de notre audience.”

– Giancarlo Casaretto, Digital Marketing Specialist, Nissan Iberia

The Results

+61%

d’attention vs.
benchmarks formats
HID

8.8x

de taux de clics (CTR)
vs. objectif

70%

de taux de visibilité

Le défi

Nissan, acteur incontournable du secteur automobile, est reconnu pour son engagement envers l’innovation et l’excellence en matière de design. Avec le lancement du nouveau Nissan Juke, l’objectif était clair : attirer l’attention des jeunes conducteurs urbains, une audience sensible au design moderne et à la polyvalence.

Le défi ? Aller au-delà de la simple visibilité en concevant une campagne capable de capter leur attention et convertir leur curiosité en engagement réel, tout en valorisant les caractéristiques uniques du Juke. Après de nombreuses collaborations réussies avec Outbrain sur des activations de milieu et bas de funnel, Nissan a choisi de s’appuyer sur Onyx et Brand Studio pour concevoir une campagne audacieuse et innovante, reflétant parfaitement la singularité du véhicule.

The Solution

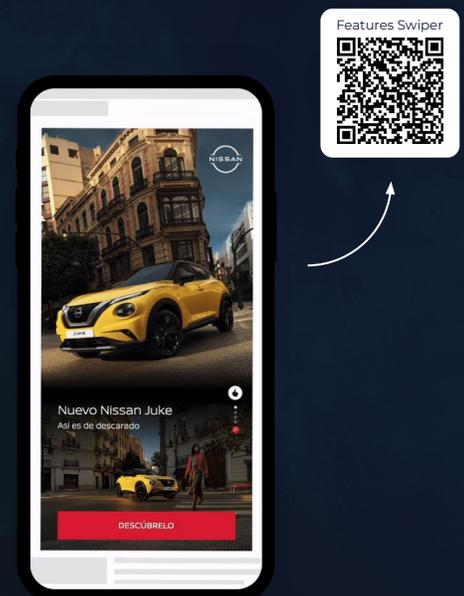
Pour mettre en valeur le caractère audacieux du Nissan Juke auprès de son audience cible, la campagne a utilisé les formats High-Impact Display (HID) d'Onyx, conçus pour maximiser l'attention utilisateur. Pour transformer cette attention en engagement, Brand Studio a créé deux expériences interactives : le "Features Swiper", permettant aux utilisateurs de découvrir les caractéristiques principales du véhicule de manière fluide et intuitive, et le "360 Features", offrant une vue complète et interactive du Juke sous tous les angles.

Les expériences conçues par Brand Studio n'étaient pas seulement visuellement attractives, mais également stratégiquement ciblées. Grâce à la technologie prédictive d'Outbrain, ces expériences ont été diffusées aux moments où les utilisateurs étaient les plus attentifs. Cette combinaison entre créativité sur mesure et ciblage précis a permis d'attirer et de maintenir l'attention de l'audience cible, tout en répondant parfaitement aux objectifs de campagne.

Insights

La campagne a surpassé de manière significative les performances des formats Display traditionnels, tant en termes d'interactions que d'attention, avec des taux d'engagement et de clics particulièrement élevés.

- **Formats enrichis** : La créa "Features Swiper" a généré un taux d'engagement impressionnant de **61,28%**, témoignant d'un véritable intérêt des utilisateurs pour découvrir en détail les fonctionnalités du Juke.
- **Conçus pour maintenir l'attention** : Les formats HID ont dépassé tous les benchmarks, atteignant une durée moyenne d'attention de **8,51 secondes** pour le "360 Features" et de **6,45 secondes** pour le "Features Swiper".
- **Engagement par interaction** : Les utilisateurs ayant engagé avec les éléments interactifs, tels que les swipes, ont démontré une forte propension à poursuivre l'expérience, générant un CTR de **0,88%**. Ce lien étroit entre interactivité et intention confirme l'efficacité de ces formats pour susciter un engagement durable.



Témoignage

“ Grâce à Onyx, nous avons réussi non seulement à capter l'attention des utilisateurs, mais aussi à la convertir en une considération et un engagement réels, délivrant un CTR bien au-delà de nos objectifs. Cette collaboration a prouvé l'efficacité et l'impact de nos stratégies publicitaires pour transformer l'attention en action. Ce partenariat a fixé une nouvelle référence pour nos campagnes, et nous sommes impatients de continuer à bâtir sur ce succès.”

- Giancarlo Casaretto, Digital Marketing Specialist, Nissan Iberia