



## CASE STUDY

# Outbrain propulse la stratégie cross-funnel du nouveau Peugeot 3008



## Introduction

“ Fort d'un héritage riche, Peugeot est en recherche constante d'innovations pour toucher et engager nos audiences. Avec le lancement du nouveau Peugeot 3008, une étape décisive dans notre stratégie, il était crucial de le positionner comme leader dans la catégorie des SUV compacts. Grâce aux nombreuses solutions publicitaires d'Outbrain, nous avons maximisé l'impact de notre campagne à chaque étape du funnel.”

– Alberto Extramiana, Marketing Director, Peugeot Spain

## Résultats

**+119%**

d'attention vs.  
benchmark

**5x**

de taux d'engagement  
vs. benchmark

**1.5x**

pour la considération  
de marque

**+27%**

d'optimisation du coût  
par session sur mobile

## Le défi

Pour le lancement du nouveau 3008, Peugeot cherchait à atteindre et engager une audience large, allant des familles urbaines aux jeunes professionnels, en passant par les consommateurs soucieux de l'environnement. Afin de maximiser l'impact et les résultats de cette campagne, la marque a choisi de collaborer avec Outbrain pour activer une stratégie cross-funnel. En s'appuyant sur les solutions de branding et de performance proposées par la plateforme, Peugeot a pu maximiser l'impact et l'efficacité de sa stratégie tout au long du funnel avec un seul et unique partenaire.

## La solution

Outbrain a permis à Peugeot d'orchestrer une stratégie cross-funnel innovante et impactante. En combinant formats High-Impact Display (HID) interactifs et vidéos Pre-Roll pour le branding avec des expériences publicitaires natives axées sur la performance, chaque étape du funnel a été optimisée pour un impact maximal.

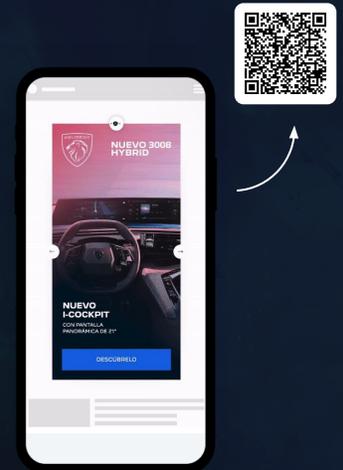
Pour attirer l'attention, Brand Studio a conçu des créas interactives pour mettre en valeur les caractéristiques uniques de la Peugeot 3008, en combinant des visuels immersifs avec une narration vidéo impactante. En profitant de l'attention naturellement générée grâce aux placements Onyx et en la transformant en engagement réel grâce à ces formats, la 3008 a réussi à se démarquer dès le départ.

Pour atteindre ses objectifs de performance, Peugeot s'est appuyé sur la technologie prédictive d'Outbrain afin d'inciter les utilisateurs à l'action. Grâce aux solutions d'automatisation Outbrain alimentées par l'intelligence artificielle, qui permettent un ciblage précis et une optimisation en temps réel, Peugeot a réussi à créer une relation engageante avec son audience. Les expériences natives ont, quant à elles, encouragé les utilisateurs à continuer vers une exploration approfondie du 3008, renforçant ainsi les résultats bas-de-funnel tout en maximisant l'efficacité de la stratégie.

## Insights

Une étude réalisée en partenariat avec Lucid a été menée pour évaluer l'impact et les performances de cette approche cross-funnel :

- **Une attention au service de l'engagement** : Le format HID a atteint un score d'attention (Attention Unit) 119% supérieur aux benchmarks du secteur, avec un temps d'exposition moyen de 5,39 secondes, mettant en avant la capacité des créas interactives à attirer et maintenir l'attention des utilisateurs. Le format vidéo Pre-Roll a également obtenu d'excellents résultats, avec un taux d'engagement de 11%, largement au-dessus des benchmarks de 2%.
- **Une influence mesurable sur les préférences des consommateurs** : La stratégie déployée a permis d'augmenter la considération de marque de 6,2% auprès de l'audience cible. Le format HID a, quant à lui, généré une hausse de 1,5x pour la considération de marque après exposition, démontrant l'impact significatif de la campagne sur les préférences des consommateurs.
- **Une efficacité optimisée** : Les formats natifs ont atteint des coûts par session (CPS) remarquables, dépassant les objectifs de Peugeot de 27% sur mobile et 18% sur desktop, et démontrant ainsi l'efficacité et la rentabilité de la campagne pour engager l'audience cible.



## Témoignage

“Les solutions publicitaires d'Outbrain, combinées aux créas interactives et basées sur la data de Brand Studio, ont joué un rôle essentiel dans le succès de ce lancement stratégique. Nos campagnes ont travaillé en synergie pour maximiser les résultats à chaque étape du funnel, assurant leur efficacité du début à la fin. Nous sommes enthousiastes à l'idée de prolonger cette collaboration fructueuse avec Outbrain, en tant que partenaire stratégique clé pour nos résultats tout au long du funnel.”

- Alberto Extramiana, Marketing Director, Peugeot Spain