



CASE STUDY

CBR: 66% de ventes supplémentaires pendant le Black Friday avec le retargeting d'Outbrain



CBR
FASHION
GROUP

Objectif

- Augmentation des ventes en ligne

Vertical

- Retail / e-Commerce

Solutions

- Outbrain Amplify
- Custom Audiences (retargeting)

Overview:

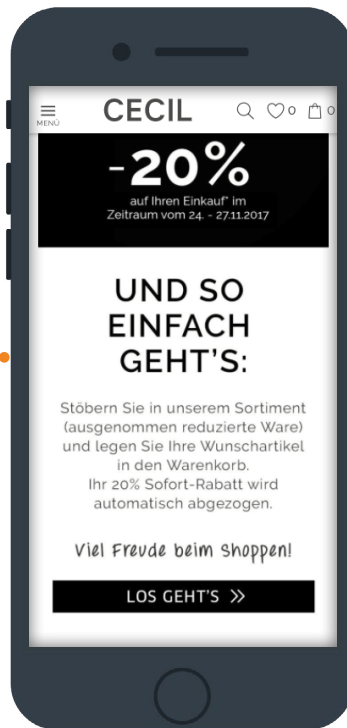
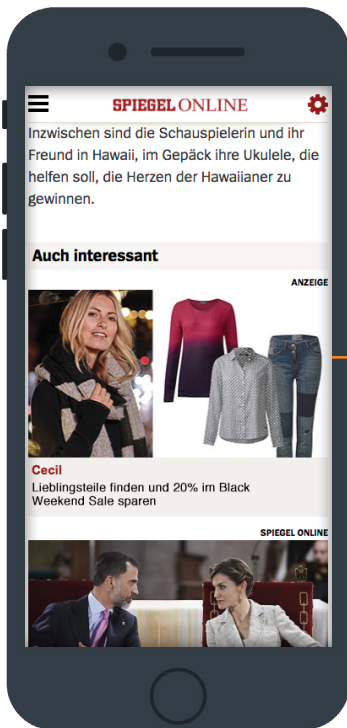
Implanté dans 19 pays d'Europe, le groupe CBR est propriétaire d'enseignes de vêtements extrêmement connues en Allemagne, telles que Street One et CECIL. Outre ses points de vente physiques, CBR réalise une grande partie de son activité sur son site e-Commerce. À l'instar de nombreux sites e-Commerce, la période entourant le Black Friday est souvent celle lors de laquelle le groupe réalise la majeure partie de son chiffre d'affaires. Compte tenu de la pression publicitaire et des nombreuses offres promotionnelles concurrentes, il est crucial de pouvoir atteindre une cible qualifiée et intentionniste de manière efficace.

Un mois avant la date fatidique du Black Friday, CBR a utilisé Custom Audiences, l'outil de retargeting d'Outbrain, pour cibler spécifiquement les utilisateurs ayant déjà visité les sites de Street One et CECIL, avec des contenus "Fashion & Lifestyle" redirigeant vers leurs sites de marques. Pendant le Black Friday et durant le weekend suivant, ces utilisateurs ont été ciblés avec des promotions spéciales dont l'objectif était d'augmenter le volume de ventes en ligne. Comparé au Display, le taux de conversion (nombre de ventes en ligne) sur le site de CECIL a augmenté de 66 %. L'augmentation du taux de conversion et la baisse du eCPC ont permis de diminuer significativement le ratio coût/revenus : -65 % pour Street One et -43 % pour CECIL.



CBR
FASHION
GROUP

Résultats:



“Dans l’industrie de la mode, le Black Friday est un moment capital en termes de chiffre d’affaires. D’où l’importance de mettre en place une stratégie marketing favorisant de vraies conversions, c’est-à-dire des ventes en ligne. La combinaison des formats natifs Outbrain et la puissance de son outil de retargeting - Custom Audiences - nous a permis d’enregistrer des taux de conversion supérieurs à ceux enregistrés via les autres canaux activés.”

Laura Nienaber,
Junior Marketing Manager | CBR

Résultats:

+66 %
Augmentation du taux de conversion VS. Display

-65 %
Diminution du ratio Coût/Revenus

29 %
Ratio Coût/Revenus le plus bas

-37 %
eCPC VS. Social (-23 % VS. display)