

# Génération de trafic qualifié pour Samsung : Outbrain fait mieux que le Social et le Display

**Verticale :**

Technologie

**Objectifs :**

Trafic, Engagement

**Produit :**

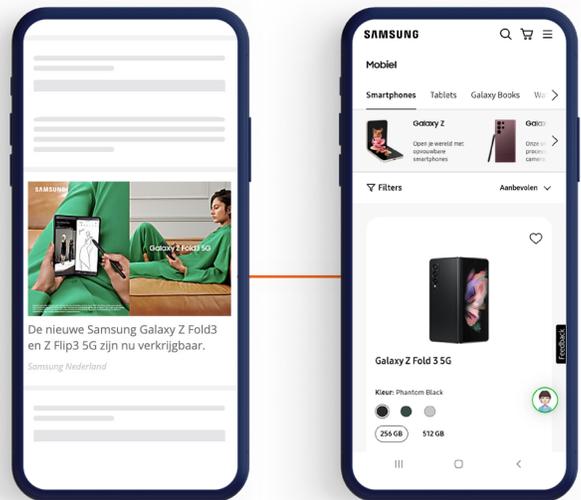
"Smartads standards"

## Contexte

Samsung, leader mondial dans le développement de produits technologiques de nouvelle génération, a pour ambition d'impacter l'avenir grâce à l'innovation. La marque a récemment lancé le Galaxy Flip 3 et le Galaxy Fold 3 pour compléter sa gamme de smartphones 5G pliables. Habitué des plateformes médias traditionnelles pour promouvoir ses smartphones High-tech, Samsung souhaitait diversifier ses sources de trafic et tester le Native Advertising. La marque a identifié Outbrain comme partenaire privilégié sur l'open web afin d'atteindre de nouvelles audiences et de toucher un maximum de "early-adopters".

## Solution

Samsung a utilisé le format "Smartad Standard" pour diffuser son message sur le réseau d'éditeurs premium d'Outbrain et générer du trafic de qualité vers ses pages produits. Afin d'assurer un engagement fort de l'audience, les publicités Samsung ont exploité le savoir-faire unique d'Outbrain pour identifier les centres d'intérêt réels des internautes sur l'open web et ainsi cibler des segments d'audience très spécifiques, particulièrement susceptibles d'être intéressés. La conjugaison de concepts créatifs forts avec la technologie de recommandation d'Outbrain et son réseau d'éditeurs premium a permis d'obtenir des performances exceptionnelles. Suite à ces bons résultats, Samsung a décidé de consacrer des budgets supplémentaires à la publicité native.



## Résultats

Outbrain a surclassé le Social et le Display en termes de visites engagées sur les pages produits de Samsung, tout en dépassant l'objectif de CPC (Coût Par Clic) de la campagne:

**2x**

plus de visites engagées vs. le Social

**3x**

plus de visites engagées vs. le Display

**-170%**

CPC vs. objectifs

Je suis très impressionné par la capacité d'Outbrain à fournir de solides performances de campagne, en doublant l'engagement par rapport au Social et en le triplant par rapport au Display. C'est une chose de générer du trafic sur un site web, mais c'en est une autre lorsque les utilisateurs sont fortement engagés avec notre contenu. Nous avons déjà lancé de nouvelles campagnes Outbrain pour d'autres produits Samsung et nous envisageons également de solliciter la plateforme de recommandation pour nous aider à atteindre les KPIs bas de funnel."

- Robbin Van Der Wal, Marketing & Campaign Specialist chez Samsung