



Outbrain Video Discovery: la prima campagna realizzata con il Ministero del Turismo di Israele ottiene risultati sorprendenti

Il video nativo cattura l'audience mentre è in modalità di "scoperta contenuti", grazie a ciò questa campagna ha raggiunto un tasso di completamento del 54%.

FOCUS

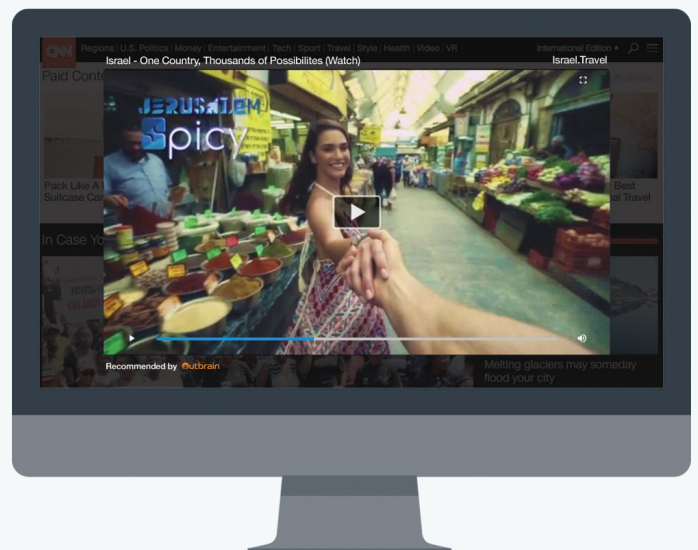
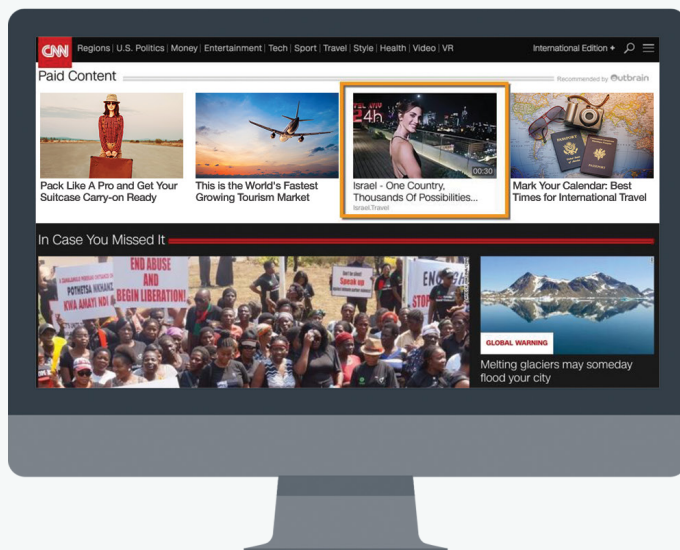
Overview

Il **Ministero del Turismo israeliano** in collaborazione con l'agenzia **Sepros Digital Marketing** aveva la necessità di posizionare il paese come punto di riferimento culturale per tutto ciò che riguarda cibo, cultura, vita notturna, intrattenimento, avventura e divertimento. Riconoscendo il video come un canale estremamente prezioso per generare awareness e interesse, l'agenzia ha pensato di creare una campagna incentrata su video di 35 secondi, per creare curiosità e spingere gli utenti ad approfondire. Per catturare l'attenzione dell'audience è stata scelta una top model israeliana, che guidava gli spettatori alla scoperta di varie destinazioni ed esperienze disponibili a Gerusalemme e Tel Aviv.

Focus (Click-to-Play): il nuovo video nativo di Outbrain

Per raggiungere potenziali viaggiatori, il Ministero del turismo ha utilizzato il nuovo formato video click-to-play di Outbrain, i cui vantaggi includono:

- 100% opt-in
- 100% Visibilità garantita con audio attivato
- Un'esperienza non intrusiva
- Desktop (pop up con riproduttore di grandi dimensioni) e applicazioni Mobile / Tablet (schermo intero)
- Prezzo CPC (Pagamento solo per visualizzazioni)





Focus: network premium e rispetto per l'utente di Internet

A differenza delle principali soluzioni video presenti sul mercato, che sono spesso percepite come intrusive dagli utenti e generano un livello di engagement molto basso, **Focus** (Click-To-Play) lascia l'utente libero al 100% di scegliere se guardare un video o meno, mentre sta navigando su siti di editori premium.



Focus Video Discovery: risultati comprovati

L'obiettivo di completamento per questa campagna era del 20%. Dopo 3 settimane di test, la campagna Outbrain si è dimostrata altamente performante ed ha generato un alto livello di engagement: il 54% del pubblico che ha cliccato sulla campagna di Outbrain ha guardato il video completo.

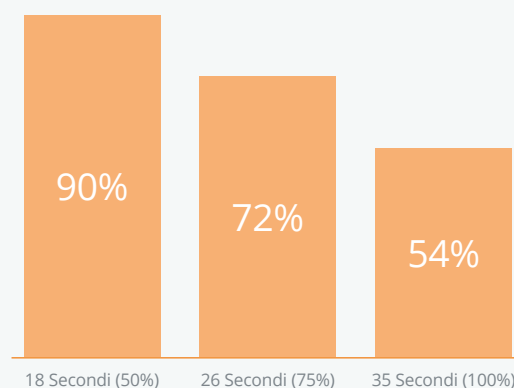
x2.7

Tasso di completamento vs TrueView di Youtube

54%

Utenti che hanno guardato il 100% del video

Tasso di completamento



Focus: un ventaglio di possibilità

Gli abitanti conoscono le affascinanti bellezze e il patrimonio culturale, Outbrain ha aiutato il Ministero del turismo di Israele ad estendere questa conoscenza ad un pubblico che non aveva ancora scoperto la miscela di antichità e contemporaneità.

"Outbrain, ha dimostrando la sua capacità di raggiungere un pubblico altamente qualificato e svolge oggi un ruolo centrale nella nostra strategia di marketing e media. Era quindi naturale per noi testare questa nuova offerta video e i risultati sono stati molto soddisfacenti."

Eyal Varshisky

Global Digital Advertising Manager for the Israeli Ministry of Tourism, Lapam