



Transavia : la Discovery, un canale di acquisizione più redditizio del Search.



Obiettivi

Prospezione
Identificazione di un bacino di utenti più qualificati
Conversioni/ Vendite on-line

Verticale

Turismo/ Compagnia aerea

Soluzioni

Outbrain Amplify
Custom Audiences (retargeting)

Overview

Transavia, compagnia aerea del gruppo Air France-KLM, ed eletta la migliore low cost in Europa per la qualità del suo servizio, trasporta ogni anno più di 15 milioni di passeggeri. La compagnia aerea genera il 70% del suo fatturato attraverso il suo sito web che registra +1 milione di visitatori unici al mese.

Con l'obiettivo di identificare nuovi segmenti di utenti per poi convertirli in clienti attivi, Transavia ha utilizzato diversi canali come parte della sua strategia digitale:

- Fase di prospezione : amplificazione delle pagine di consigli di viaggio, nel network premium di Outbrain, per creare segmenti di utenti più qualificati
- Fase di conversione : retargeting del bacino di utenti con offerte commerciali legate ai contenuti già consultati

L'identificazione degli interessi autentici del target e l'efficacia delle sue soluzioni di retargeting hanno permesso ad Outbrain di affermarsi come il canale più redditizio ed efficace per Transavia. Durante la fase di retargeting, l'azienda ha raggiunto un CPA più economico del 20% rispetto agli altri canali utilizzati ed ha ottenuto un tasso di conversione del 4,4%, confermando così la qualità del pubblico generato con la campagna.

Risultati

-20 %

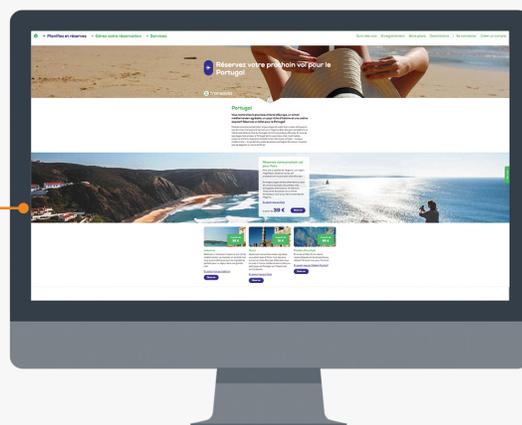
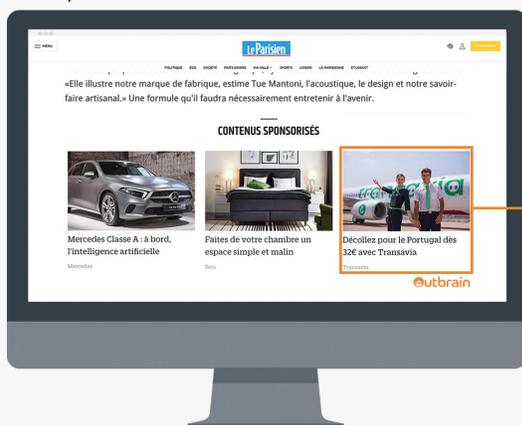
CPA di Outbrain VS.
CPA di altri canali utilizzati

4,4 %

CVR di Outbrain in fase di
retargeting

-62,5 %

CPA di Outbrain



Esperienza

"Outbrain ci ha permesso di lavorare su due obiettivi: creare un bacino di utenti più qualificati che alimenta la fase di retargeting e generare conversioni dei visitatori del sito di Transavia. I test A / B effettuati all'inizio e durante la campagna hanno sposato rapidamente i nostri obiettivi di performance in maniera più redditizia grazie all'ottimizzazione del CPA.

Fanny James, Online Acquisition Manager, Transavia