

CASE STUDY:

LANCEMENT DE LA SMARTFLOWER™ D'EDF ENR : COMMENT MAXIMISER SES CONVERSIONS GRÂCE À UNE STRATÉGIE DE CONTENU ?



SECTEUR :

Energie

THÈMES CLÉS :

Notoriété :

diffusion des contenus d'EDF ENR sur le réseau premium d'Outbrain pour générer un trafic qualifié.

Conversion :

génération de leads via un formulaire de prise de contact.

Optimisation :

identification et affinement d'une audience qualifiée et maîtrise des coûts d'acquisition.

SOLUTIONS :

- Outbrain Amplify
- Outil « KPI Optimization »



Objectifs d'EDF ENR :

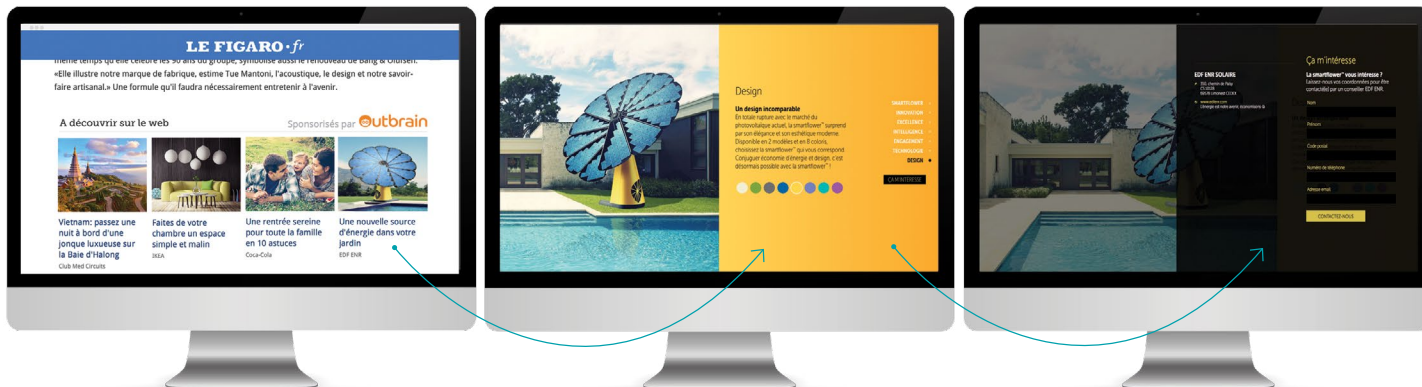
EDF ENR, filiale d'EDF Energies Nouvelles spécialisée dans les toitures solaires photovoltaïques, lance un générateur d'un nouveau type : smartflower™, qui permet de produire sa propre électricité pour la consommer. Pour accompagner son lancement, EDF ENR met en place une campagne d'acquisition articulée autour d'une stratégie de contenu. Grâce à la création d'une Landing Page éditoriale optimisée, EDF ENR utilise Outbrain Amplify pour faire découvrir smartflower™ auprès d'une audience qualifiée, générer des leads et maîtriser ses coûts d'acquisition.

Réponse d'Outbrain :

- Distribution des contenus d'EDF ENR via son réseau premium de diffusion :
 - Reach 71,4 %
 - Réseau d'éditeurs premium composé de plus de 400 références.
- Optimisations continues pour garantir le coût le plus bas par formulaire :
 - Création et A/B Test de différentes combinaisons « titres & images » pour identifier les plus performantes et assurer un taux de clic optimal.
 - Recherche des Top Sources de trafic et optimisation du géotargeting pour favoriser une exposition des contenus à l'audience la plus pertinente.
 - Identification d'une audience correspondant au cœur de cible d'EDF ENR pour maximiser le nombre de formulaires complétés, et donc la génération de leads.

CASE STUDY:

LANCEMENT DE LA SMARTFLOWER™ D'EDF ENR : COMMENT MAXIMISER SES CONVERSIONS GRÂCE À UNE STRATÉGIE DE CONTENU ?



Le contenu d'EDF ENR est recommandé sous forme de lien sur les plus grands sites éditeurs français. La technologie de ciblage Outbrain permet de toucher automatiquement l'audience la plus intéressée.

Après avoir cliqué, l'internaute est redirigé vers le site d'EDF ENR, sur un contenu éditorial détaillant l'aspect innovant de la smartflower™.

La page de contenu est optimisée pour la conversion. L'internaute est invité, s'il est intéressé, à remplir un formulaire pour obtenir plus d'informations, notamment commerciales.

RÉSULTATS

+500 CONVERSIONS PAR MOIS

SOIT LE MEILLEUR VOLUME DE CONVERSIONS PARMIS LES LEVIERS D'ACQUISITION SOCIAL ET DISPLAY UTILISÉS PAR EDF ENR

50,000

CLICS GÉNÉRÉS PAR MOIS

BAISSE DU CPA DE

79,8 %

ENTRE JANVIER ET DÉCEMBRE 2015

« Les résultats obtenus sur cette campagne prouvent qu'un contenu éditorial permet de dégager un fort ROI, quel que soit le produit ou service concerné, même aussi spécifique que smartflower™, et quels que soient les KPI's attendus (inscription à une newsletter, génération de leads, ventes online, etc.). »

FABIEN SCHWARTZ
Senior Account Manager, Outbrain