



Case Study

El Corte Inglés

"Realize nos ayudó a encontrar el tráfico cualificado que necesitábamos a un coste que otros canales no podían igualar. La calidad del engagement mejoró significativamente; los usuarios permanecieron más tiempo y exploraron más. Trabajando estrechamente con Taboola, logramos exactamente los resultados que buscábamos".

- El Corte Inglés Portugal



MODA

El Corte Inglés logra un **154% más de sesiones** con interacción y un coste un 69% más bajo con Realize en comparación con Google Display, redes sociales y plataformas nativas

154%

Incremento en Engaged Sessions en 9 meses

49%

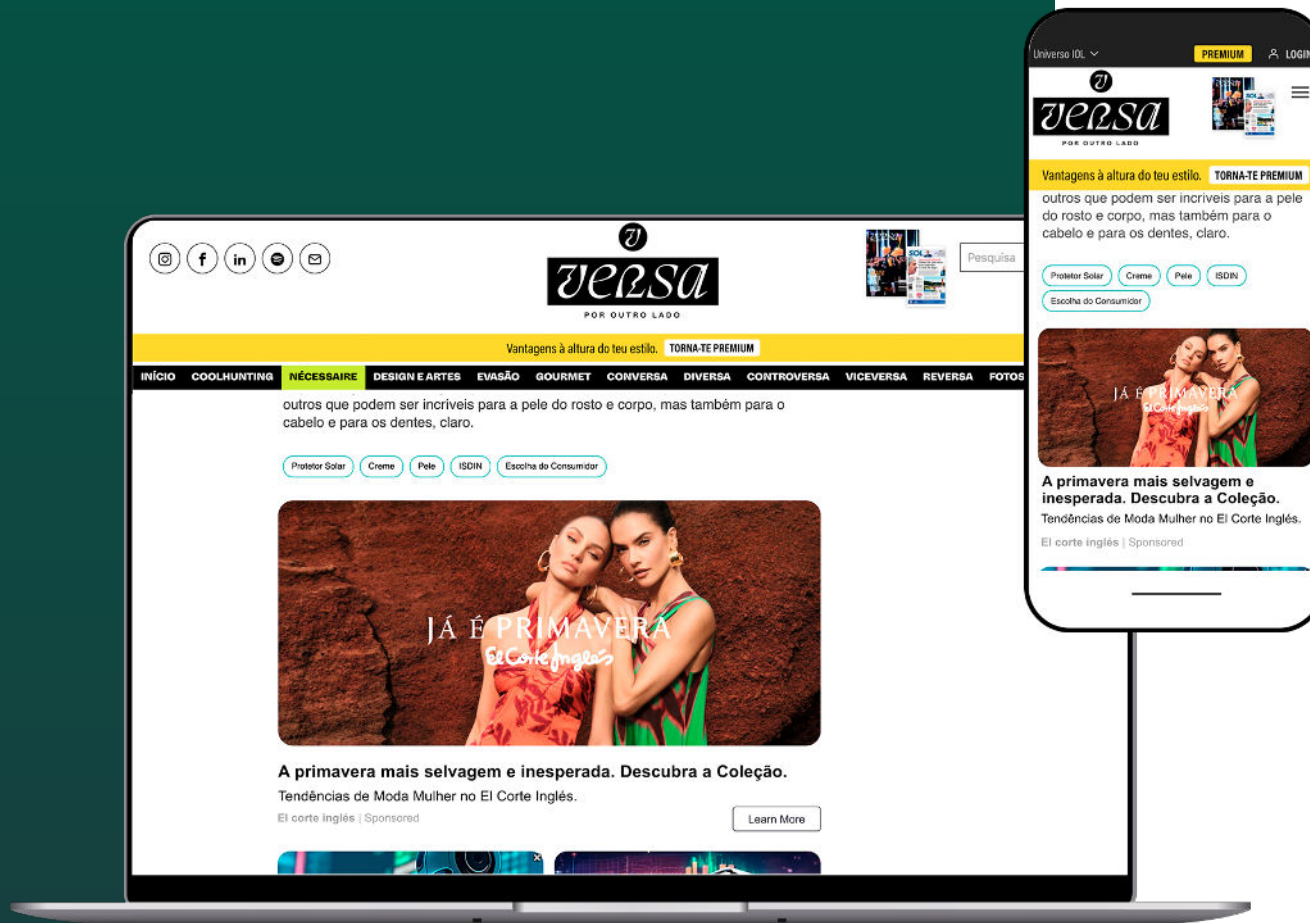
Más Engagement que Google Display, Social y otras Plataformas Nativas.

69%

Menor Coste Por Engaged Session que Google Display, Social y otras Plataformas Nativas.



Case Study



EMPRESA

El Corte Inglés es una cadena de tiendas de departamento líder en Portugal, que ofrece uno de los surtidos más amplios y diversos del mercado en moda, belleza, hogar, tecnología, gourmet, deportes, cultura y más.

DESAFÍO

El Corte Inglés necesitaba atraer tráfico cualificado a su sitio web a un coste menor, llegando a compradores interesados que Google Display y los canales sociales no estaban captando de manera suficiente.

SOLUCIÓN

Utilizaron **Realize** para promocionar lanzamientos de productos y promociones estacionales, combinando la estrategia de puja Maximize Conversions con anuncios de imagen y formato carrusel para llegar a compradores con alta intención de compra en la open web.

RESULTADOS

El Corte Inglés aumentó las engaged sessions un 154% interanual, logrando costes un 69% más bajos y un tiempo de interacción un 49% superior al de otros canales.



Case Study

Introducción

El Corte Inglés es un grupo de distribución español y líder europeo en grandes almacenes. La compañía atiende una amplia gama de necesidades comerciales y de servicios desde moda, belleza, hogar, tecnología, gourmet, deportes, cultura y más. Su modelo de negocio se basa en la ética, la sostenibilidad y la responsabilidad hacia los clientes, empleados y las comunidades donde opera.

El Corte Inglés Portugal quería atraer más tráfico cualificado a su sitio de comercio electrónico manteniendo los costes de adquisición bajo control. Google Display y Social aportaban volumen, pero el equipo vio una oportunidad para llegar a nuevas audiencias y mejorar el compromiso más allá de lo que esos canales ofrecían.





Case Study

El Corte Inglés utiliza Realize para llegar a compradores más allá de Google y Social

El Corte Inglés ejecutaba campañas en Google Display y Social para promocionar nuevas colecciones y promociones estacionales. Aunque los canales ofrecían un volumen sólido, el equipo buscaba complementarlos llegando a audiencias adicionales de **alta intención** en otros entornos.

Recurrieron a [Realize](#), la plataforma de publicidad de performance impulsada por IA de Taboola, para llevar tráfico cualificado a su página de comercio electrónico. Para medir el rendimiento y optimizar la entrega, implementaron el [Taboola Pixel](#), un código de seguimiento que captura las acciones de los usuarios y envía esos datos a la plataforma.

Con el Pixel activo, activaron [Maximize Conversions](#), una estrategia de puja automatizada que utiliza datos de conversión y señales de comportamiento para ajustar las pujas en tiempo real, entregando el mayor número posible de conversiones dentro del presupuesto. Para **El Corte Inglés**, esto significó optimizar las sesiones con interacción y eventos de compra entre sus categorías de producto.



Case Study

Anuncios de imagen y carrusel impulsan el **engagement** en los lanzamientos de productos

El Corte Inglés ejecutó campañas utilizando una combinación [image ads](#) y [carousel ads](#). Los anuncios de imagen combinaban elementos visuales del producto con titulares para captar la atención en emplazamientos de editores premium. Los anuncios de carrusel permitían a los usuarios deslizar entre múltiples productos o mensajes dentro de una sola unidad, lo que encajaba de forma natural para un minorista que promociona nuevas colecciones de moda, hogar y tecnología.

Cada anuncio incluía un botón de CTA, dejando claro el siguiente paso y reduciendo la fricción en el momento de la toma de decisión. La combinación de formatos ayudó a **El Corte Inglés** a mostrar su gama de productos al tiempo que dirigía a los usuarios directamente a las páginas de producto.



Case Study

Realize ofrece costes más bajos y mayor **compromiso**

Entre enero y octubre de 2025, **El Corte Inglés** creció un **154% interanual en sesiones con interacción**. **Realize** ofreció un **coste un 69% menor en la adquisición de tráfico cualificado** y un **49% más de tiempo en el sitio** que el promedio de **Google Display, Social** y otras **Plataformas de Native**.

Estos resultados reforzaron el papel de **Realize** en el mix de medios de **El Corte Inglés**, asegurando un consistente volumen de sesiones, atrayendo más tráfico relevante y mejorando la calidad de las visitas mediante un mayor tiempo de permanencia en el sitio.

Trabajando en estrecha colaboración con el equipo de gestión de cuentas de **Taboola**, **El Corte Inglés** planea ampliar su actividad en **Realize** probando formatos de display e integrando segmentos de audiencia predictivos.