



Case Study



MODE

El Corte Inglés obtient **154% de sessions engagées** en plus à un coût **69% moins élevé** grâce à Realize, comparé à Google Display, au Social et aux plateformes natives.

El Corte Inglés

Realize nous a permis de trouver le trafic qualifié dont nous avons besoin, à un coût que les autres canaux ne pouvaient pas égaler. La qualité de l'engagement s'est nettement améliorée, avec des utilisateurs qui sont restés plus longtemps et ont davantage exploré. En travaillant étroitement avec Taboola, nous avons obtenu exactement les résultats que nous recherchions.

El Corte Inglés Portugal

+154%

Augmentation des sessions engagées en 9 mois

+49%

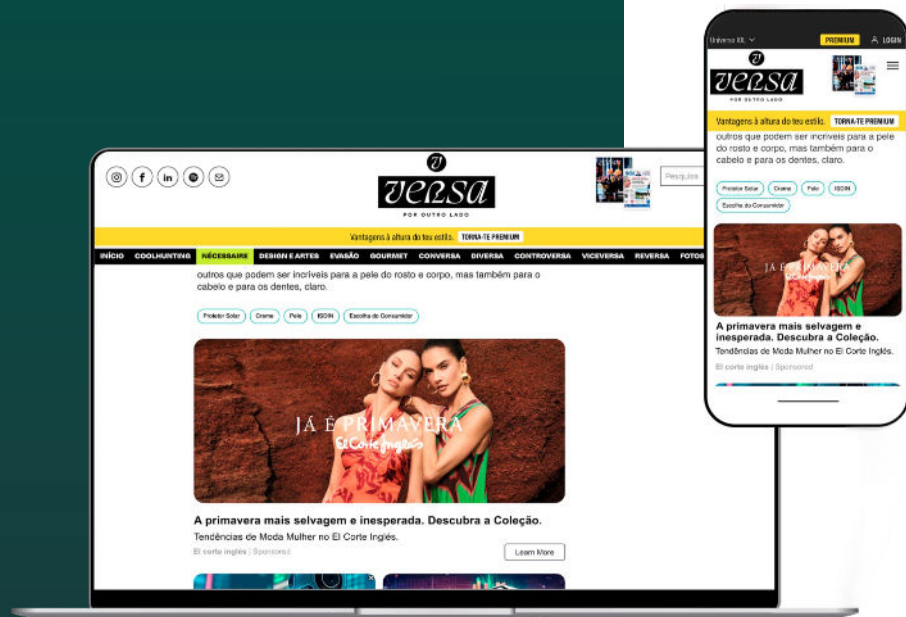
Durée d'engagement plus longue que sur Google Display, le Social et les autres plateformes natives

-69%

Coût par session engagée inférieur à celui de Google Display, du Social et des autres plateformes natives



Case Study



L'ENTREPRISE

El Corte Inglés est un magasin haut de gamme de premier plan au Portugal, proposant l'un des assortiments de produits les plus larges et les plus variés du marché en matière de mode, beauté, maison, technologie, gastronomie, sport, culture, etc.

LE DÉFI

El Corte Inglés avait besoin de générer du trafic qualifié vers son site à moindre coût, en touchant des acheteurs engagés que Google Display et le Social ne parvenaient pas suffisamment à attirer.

LA SOLUTION

L'entreprise a utilisé **Realize** pour promouvoir ses lancements de produits et ses offres saisonnières, combinant «Maximize Conversions bidding» avec des publicités aux formats image et carrousel, afin d'atteindre des acheteurs intentionnistes sur l'Open Web.

LES RÉSULTATS

El Corte Inglés a enregistré une hausse de 154% de ses sessions engagées sur un an, tout en atteignant des coûts 69% inférieurs et un temps d'engagement 49% plus long par rapport aux autres canaux.



Introduction

El Corte Inglés est un groupe de distribution espagnol et le leader européen des grands magasins. L'entreprise répond à un large éventail de besoins en retail et services, allant de la mode à la beauté, en passant par la maison, la technologie, la gastronomie, le sport, la culture, etc. Son modèle économique repose sur l'éthique, la durabilité et la responsabilité envers ses clients, ses employés et les communautés dans lesquelles elle opère.

El Corte Inglés Portugal souhaitait attirer davantage de trafic qualifié vers son site e-commerce tout en maîtrisant les coûts d'acquisition. Google Display et le Social généraient certes du volume, mais l'équipe pensait pouvoir toucher de nouvelles audiences et améliorer l'engagement au-delà de ce que ces canaux pouvaient offrir.





El Corte Inglés utilise Realize pour toucher des acheteurs au-delà de Google Display et du Social

El Corte Inglés menait des campagnes sur Google Display et le Social pour promouvoir le lancement de nouvelles collections et les offres saisonnières. Ces canaux généraient un bon volume, mais l'équipe souhaitait les compléter en touchant d'autres audiences à forte intention sur d'autres environnements.

L'entreprise s'est tournée vers [Realize](#), la plateforme de publicité à la performance basée sur l'IA de Taboola, afin de générer du trafic qualifié vers son site e-commerce. Pour suivre les performances et optimiser la diffusion, elle a mis en place le [Pixel Taboola](#), un code de tracking placé sur son site qui capture les actions des utilisateurs et renvoie ces données à la plateforme.

Une fois le Pixel en place, ils ont activé [Maximize Conversions](#), une stratégie d'enchères automatisée qui utilise les données de conversion et les signaux comportementaux pour ajuster les enchères en temps réel et générer le plus grand nombre possible de conversions dans les limites du budget. Pour El Corte Inglés, cela s'est traduit par une optimisation des sessions engagées et des événements d'achat dans toutes ses catégories de produits.



Les formats image et carrousel stimulent l'engagement lors des lancements de produits

El Corte Inglés a mené des campagnes en combinant des formats statiques et des carrousels. Les images ads associaient des visuels de produits et des titres pour capter l'attention sur des emplacements d'éditeurs premium. Les carrousels permettaient aux utilisateurs de faire défiler plusieurs produits ou messages au sein d'un même bloc, une solution idéale pour un distributeur souhaitant promouvoir de nouvelles collections dans les domaines de la mode, de la maison et des technologies.

Chaque publicité comprenait un **bouton CTA**, indiquant clairement l'étape suivante et facilitant la prise de décision. Cette combinaison de formats a permis à **El Corte Inglés** de mettre en valeur la richesse de son offre, tout en dirigeant directement les utilisateurs vers les pages produits.



Comparé aux autres canaux, Realize génère des coûts plus faibles et un **engagement** plus fort

Entre janvier et octobre 2025, **El Corte Inglés a vu ses sessions engagées augmenter de +154% d'une année sur l'autre. Realize a permis de réduire de 69% le coût d'acquisition de trafic qualifié et d'augmenter de 49% le temps passé sur le site par rapport à la moyenne de Google Display, du Social et d'autres plateformes natives.**

Ces résultats ont renforcé le rôle de **Realize** dans le mix média d'**El Corte Inglés**, garantissant un volume de sessions constant, attirant un trafic plus pertinent et améliorant la qualité des visites grâce à une durée de session plus longue.

En étroite collaboration avec l'équipe d'account management de **Taboola**, **El Corte Inglés** prévoit d'étendre son activité sur Realize en testant des formats display et en intégrant des segments d'audience prédictifs.