



Case Study



ARTE, ENTRETENIMIENTO Y VIAJES

PortAventura World logra un
ROI un 44% superior al de todas
sus campañas de performance,
con Realize



"El equipo de gestión de cuentas de Taboola, y específicamente Guillermo, monitorizó constantemente nuestras campañas y su rendimiento, identificando de manera proactiva posibles optimizaciones para mejorar nuestro CPA. Además, nos mantuvieron informados sobre actualizaciones y nuevas funcionalidades de Realize para maximizar nuestro éxito".

Pablo Senabre Pons,

Programmatic & Display Specialist, PortAventura World

+44%

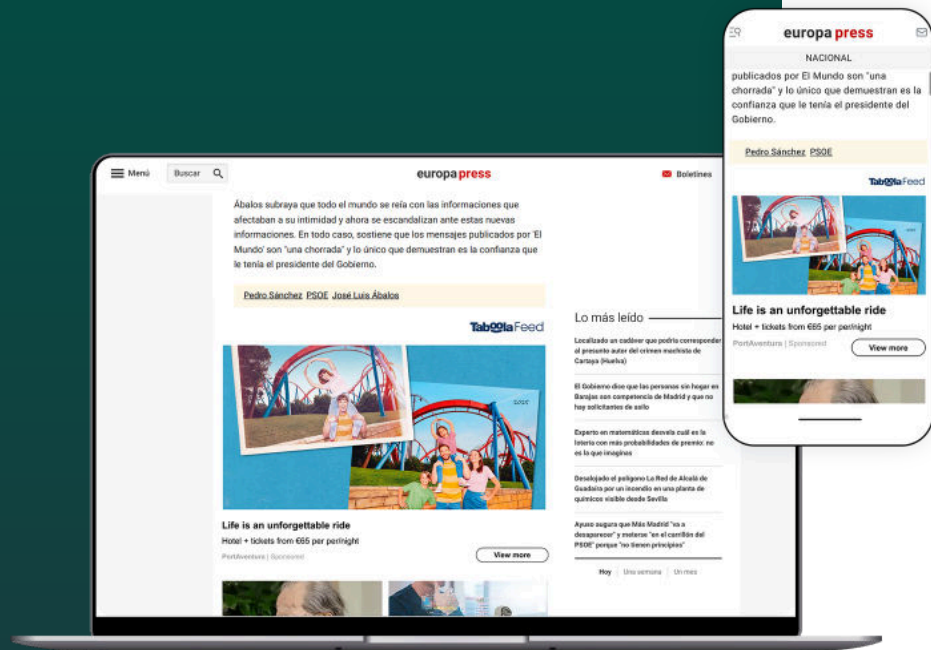
Mayor ROI en comparación con
otros canales de performance, en
2024

-47%

CPA más bajo en comparación
con otros canales de
performance, en 2024



Case Study



PortAventura supera sus objetivos de performance con la plataforma publicitaria Realize

EMPRESA

PortAventura World es un resort temático en España que tiene como objetivo crear experiencias únicas que tengan un impacto positivo en las personas y el medio ambiente.

RETO

Aumentar las reservas hoteleras atrayendo tráfico de alta calidad: usuarios con probabilidades de conversión.

SOLUCIÓN

Lanzar anuncios de **Realize** Image Ads en los sitios web de los principales editores, con Maximize Conversions para aumentar las conversiones.

RESULTADOS

Realize ayudó a **PortAventura World** a aumentar las reservas hoteleras con un ROI un **44% más alto** y un **CPA un 47% más bajo** en comparación con otros canales de performance, en 2024.



Introduction

PortAventura World es un resort turístico en España que tiene como objetivo crear experiencias únicas que tengan un impacto positivo en las personas y el medio ambiente. Conformando uno de los principales destinos de vacaciones y ocio familiar de Europa, **PortAventura World** está formado por PortAventura Park, Caribe Aquatic Park, Ferrari Land y la cadena de hoteles Ponient Hotels.

Gracias a su gama de atracciones de gran reconocimiento mundial, PortAventura World ha recibido a más de 100 millones de visitantes en los últimos 30 años.





PortAventura World atrae a nuevos clientes con los anuncios de Realize Image Ads

PortAventura World tenía como objetivo impulsar las reservas hoteleras en el parque. Para lograrlo, necesitaban ampliar su alcance publicitario y atraer tráfico de alta calidad a su sitio web.

Para alcanzar sus objetivos de performance, **PortAventura World** lanzó una serie de anuncios **Realize** Image Ads en sitios web de los principales editores de España y Francia. Cada anuncio dirigía a los usuarios a la web de **PortAventura World**, donde podían conocer más sobre la oferta y reservar sus estancias en hoteles. Después, **PortAventura World** aprovechó los datos de Pixel de Taboola para hacer retargeting a los visitantes del sitio web, asegurándose de que llegaban a audiencias de alta intención y que las llevaban más abajo en el embudo de marketing, convirtiéndolos finalmente en clientes.



PortAventura World aumenta las conversiones con un CPA un 47% más bajo, con Realize

PortAventura World utilizó estratégicamente los datos en tiempo real del **Taboola Pixel**: se aseguraron de que los anuncios llegaran a la audiencia adecuada en el momento adecuado, asignaron presupuestos para lograr el máximo impacto y obtuvieron resultados alineados con las necesidades del negocio. A nivel instrumental, activaron el retargeting y **Maximize Conversions**, una tecnología que ajusta automáticamente las pujas para cumplir con los objetivos de la campaña dentro de un determinado presupuesto.

¿El resultado? **Realize** ayudó a **PortAventura World** a superar sus objetivos de performance con costes más eficientes. Con las soluciones publicitarias de **Taboola**, **PortAventura World** logró un 44% más de retorno de la inversión publicitaria (ROI) y un 47% menos de coste por adquisición (CPA), en comparación con la totalidad de sus campañas de performance de 2024. De hecho, los anuncios de **Realize** no solo generaron conversiones directas; también contribuyeron a las conversiones de otros canales como Search y al contenido orgánico, al mismo tiempo que impulsaron tráfico de alta calidad al sitio web de **PortAventura World**.

Tras el éxito de esta campaña, **PortAventura World** planea ampliar su colaboración con **Taboola** y mejorar aún más los resultados de performance. En concreto, esperan aprovechar **Realize** para aumentar las reservas entre el público francés y lanzar nuevas campañas para impulsar la venta de entradas a sus parques temáticos