



Case Study



AUTO

Hyundai e INNOCEAN consiguen reducir el Coste Por Sesión en un 30% con la solución 'Maximize Conversions' de Taboola



"En colaboración con los muy profesionales equipos de Gestión de Cuentas y Ventas de Taboola, implementamos estratégicamente soluciones como Maximize Conversions, Motion Ads Studio y Taboola Pixel, lo que resultó en una transformación notable del performance de nuestras campañas. Maximize Conversions se convirtió en una clave fundamental, permitiéndonos llegar a nuestro público objetivo a gran escala y lograr una gran reducción del Coste Por Sesión en un 30%, superando nuestros objetivos".

Carlos Alonso,

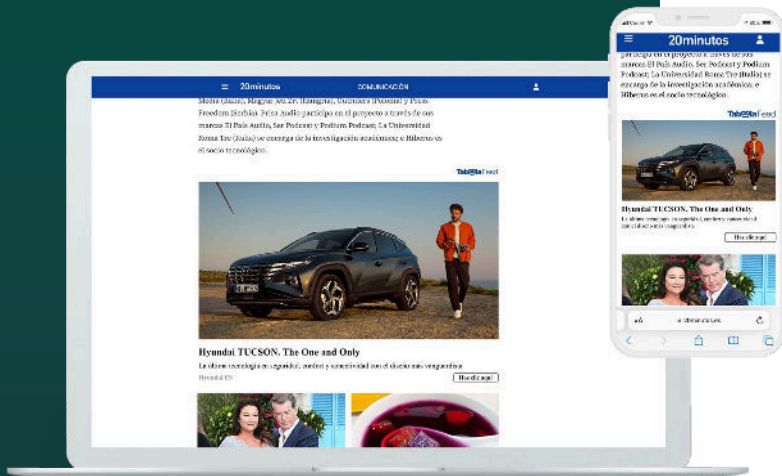
Head of Programmatic, Media Team, INNOCEAN Spain

30%

Menor CPS que su objetivo



Case Study



Hyundai crea creatividades personalizadas con Taboola Motion Ads Studio para presentar todas las funcionalidades del nuevo coche Hyundai Tucson

EMPRESA

Hyundai Motor Company es líder en fabricación de automóviles. Diseñan, desarrollan y distribuyen una amplia gama de vehículos y piezas automotrices. **INNOCEAN**, lanzada en 2005 como agencia de marketing in-house de **Hyundai Motor Group**, evolucionó rápidamente hasta convertirse en una empresa global de marketing, con más de 3.000 mentes creativas y una red mundial de 22 mercados.

RETO

Impulsar nuevas Sesiones Cualificadas a la landing page de **Hyundai Tucson** en España, a un Coste máximo por Sesión, así como generar nuevos Leads (Configuraciones personalizadas de coches) a través de la web interactiva de Hyundai y reducir la Tasa de Rebote.

SOLUCIÓN

Nueva estrategia de pujas '**Maximize Conversions**', impulsada por el algoritmo central de aprendizaje automático (SmartBid) de **Taboola**, que optimiza automáticamente las pujas para maximizar las conversiones. Este algoritmo es capaz de realizar ajustes continuos utilizando cientos de señales de datos, lo que resulta en un mejor rendimiento de las campañas de performance.

Otro pilar clave de la **estrategia** fue la **creatividad**: una combinación de imágenes estáticas (**Static Images**) y anuncios animados (**Motion Ads**) creados a través de **Motion Ads Studio**, una herramienta gratuita que se encuentra en el panel de control de **Taboola Ads** y que permite a los anunciantes convertir sus anuncios existentes en anuncios animados). Esto permitió al usuario descubrir todas las características del automóvil Hyundai Tucson.

RESULTADOS

Con **Taboola**, **Hyundai** aumentó las **Sesiones Cualificadas** a un **Coste Por Sesión un 30% más bajo** de lo que se esperaba. **Hyundai** también logró un **Coste Por Lead un 26% más bajo**, así como una **Tasa de Rebote un 10% más baja**, en comparación con otros canales como display o social.



Introducción

Hyundai Motor Company es una destacada empresa automotriz surcoreana reconocida a nivel mundial por su innovación, calidad y compromiso con la sostenibilidad. Fundada en 1967, ofrece una amplia gama de vehículos que incluyen desde automóviles compactos hasta SUVs y vehículos 100% eléctricos. **Hyundai** se distingue especialmente por ser la única marca con cinco tecnologías eléctricas: híbridos, híbridos enchufables, 100% eléctricos, y pila de hidrógeno, lo que refleja su liderazgo en electrificación y su compromiso con la movilidad sostenible.

Hyundai busca proporcionar libertad de movimiento a todos invirtiendo en servicios de movilidad, estableciendo relaciones estrechas con los principales proveedores de servicios del sector y ampliando sus funciones más allá del transporte de automóviles.

Por su parte, **INNOCEAN**, fundada en Seúl (Corea del Sur) en 2005, es una red global de servicios de marketing, con 41 operaciones en el extranjero en 22 países y más de 3.500 empleados, que proporciona soluciones de comunicación y marketing.





Hyundai llega a su target de audiencias a gran escala con la estrategia de puja 'Maximize Conversions' de Taboola

Hyundai e **INNOCEAN** España querían promocionar el modelo de automóvil **Hyundai Tucson** en una campaña de dos meses. Específicamente, su objetivo era conseguir nuevas **Sesiones Cualificadas** en la landing page de Tucson a un coste máximo por sesión. **Hyundai** también buscaba aumentar las configuraciones personalizadas de coches (leads), invitando a los visitantes de la página a diseñar y enviar su propio modelo de automóvil Hyundai de forma interactiva.

Hyundai había colaborado previamente con **Taboola** para ampliar su *reach* en los principales sitios web de editores, a través de los anuncios nativos. Como líder mundial en impulsar recomendaciones de contenido para la web abierta, **Taboola** ayuda a más de 15.000 anunciantes a atraer a casi 600 millones de usuarios activos diarios.



Hyundai logra un CPL un 26% más bajo con la nativa de Taboola, comparado con Display o Social

Hyundai ya había utilizado la estrategia de targeting de CPC mejorado de **Taboola** (Enhanced CPC) para ajustar automáticamente las pujas para una mayor probabilidad de conversión. Sin embargo, para esta campaña, **los equipos de Gestión de Cuentas y Ventas de Taboola** sugirieron seguir la nueva estrategia de puja, “**Maximize Conversions**”, para aumentar automáticamente las conversiones a costes más eficientes. Con la tecnología de **Smartbid**, el algoritmo central de aprendizaje automático de **Taboola**, **Maximize Conversions** genera tantas conversiones como sea posible, en este caso Sesiones Cualificadas en la landing page, dentro de un presupuesto predefinido.

Hyundai también colocó el **Taboola Pixel** en su sitio web para rastrear y hacer retargeting a las personas que ya habían interactuado con su campaña. Con solo una simple línea de código, esto permitió lanzar automáticamente campañas personalizadas que llegaron a los usuarios que ya estaban en el funnel y por ello tenían más probabilidades de convertir.

A lo largo de los dos meses que duró la campaña **Taboola**, **Hyundai** e **INNOCEAN** España aumentaron de forma efectiva las **nuevas Sesiones Cualificadas y Leads** entre su público objetivo. Gracias a soluciones avanzadas como **Maximize Conversions**, **Hyundai** logró un **Coste por Sesión un 30% más bajo** de lo esperado. Además, **Taboola** ayudó a **Hyundai** a lograr un **Coste por configuración de automóvil un 26% más bajo**, así como una **Tasa de Rebote un 10% más baja** en comparación con otros canales como display o social.

Durante el transcurso de esta campaña, **Hyundai** e **INNOCEAN** publicaron anuncios de imagen de **Taboola** (Image Ads), que incluían una imagen llamativa, un titular, una descripción y una llamada a la acción (CTA). Yendo más allá, los equipos de **Gestión de Cuentas y Ventas de Taboola** recomendaron a **Hyundai** que probara otra de sus funcionalidades: **Taboola Motion Ads**. Este es un formato innovador de vídeos cortos, similares a GIF, que se muestran en bucle. Estos anuncios animados están diseñados para ayudar a los anunciantes a llegar a sus objetivos de conversión y, al mismo tiempo, reducir los costes.

Con el propósito de aumentar el **CTR** y reducir el **CPS** y el **CPL**, **Hyundai** probó la herramienta gratuita **Motion Ads Studio** de **Taboola** para convertir rápidamente sus creatividades existentes en imágenes en movimiento que captaran la atención del usuario. Cada *placement* mostraba un teaser del Tucson, con sus últimas tecnologías en seguridad, comodidad y conectividad, e invitaba a los usuarios a hacer clic en su landing page.

Tras el éxito de esta campaña, **Hyundai** e **INNOCEAN** España pretenden ampliar la colaboración con **Taboola** en 2024 y seguir impulsando los resultados de performance a largo plazo.