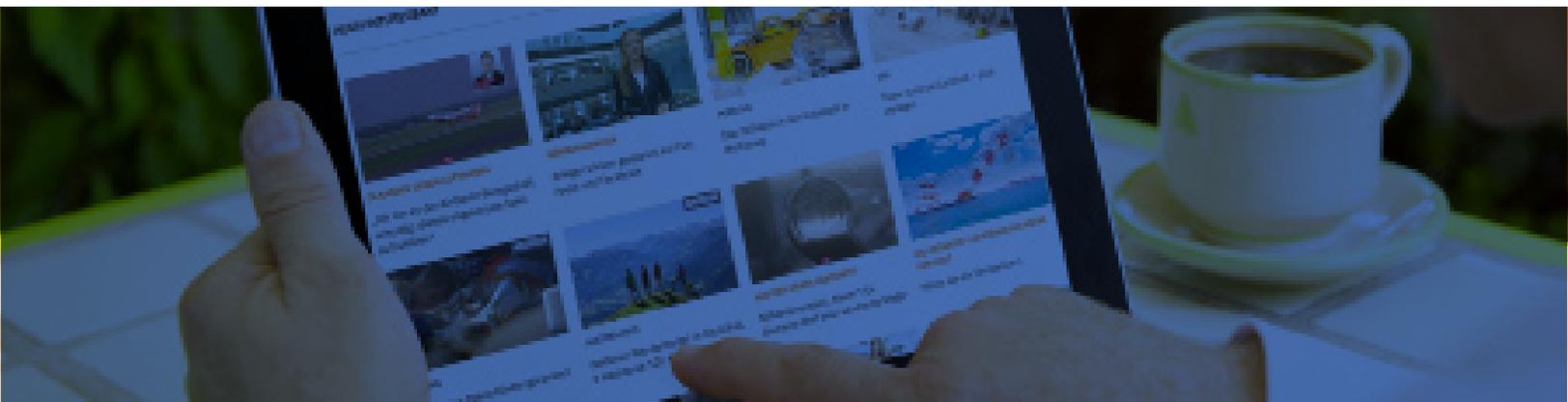


Les performances d'Austria Tourism se sont améliorées significativement grâce à Taboola



“Avec Taboola, nous touchons une large audience sur l’open web, prête à découvrir des offres de voyage. Les formats natifs nous permettent d’être affiché sur des emplacements stratégiques en bas d’article ! Avec l’aide de notre responsable de compte Taboola, les campagnes sont optimisées pour atteindre nos objectifs. Nous avons constaté une nette augmentation des performances de toutes nos campagnes après le début de notre collaboration avec Taboola.”

- Claudia Sokoll, E-Marketing, Österreich Werbung



SOCIÉTÉ

Austria Tourism a pour objectif principal de développer le secteur touristique en Autriche, notamment en collaborant avec d’autres acteurs locaux de l’industrie du tourisme.



CHALLENGE

Augmenter le trafic et l’engagement sur leur site web, via les campagnes Taboola, pour faire découvrir des offres de voyage vers l’Autriche, en visant tout particulièrement des utilisateurs qui ne considéraient pas l’Autriche comme une destination de vacances.



SOLUTION

Utiliser la plateforme de découverte de contenu **Taboola** pour toucher une nouvelle audience sur des sites premium.



RÉSULTATS

Les performances des campagnes Taboola pour Austria Tourism ont augmenté de 33%, avec un taux de rebond réduit de 2%, augmentant par conséquent l’engagement client. Taboola est à l’origine de 50% des leads générés via le canal publicitaire natif pour Austria Tourisme.

+33%

de performance par rapport au display traditionnel



Introduction

Depuis 1995 Austria Tourism, une organisation à but non lucratif, promeut l’Autriche comme destination pour les vacances, développant par la même occasion le slogan “Vacances en Autriche”. La marque cherche à différencier l’Autriche des autres destination, notamment en mettant en avant le côté émotionnel

d’un séjour en Autriche.

Ils soutiennent également des partenaires locaux du tourisme en créant des activités marketing sur mesure pour répondre à leurs besoins et aux différentes opportunités du marché.



Les campagnes Taboola pour Austria Tourism performant 33% mieux que le display traditionnel

The image displays a website interface with a prominent Taboola advertisement. The ad is a large rectangular banner featuring a scenic mountain landscape with three hikers. The text on the ad reads "Goldener Wanderherbst in Kitzbühel, 3 Nächte ab 125 €". A white circle highlights the ad, and a blue arrow points from it to a larger, detailed view of the ad below. This detailed view shows the ad's layout, including the headline, a list of bullet points, and a red "Zum Angebot" button. The background of the main image shows a website with various news articles and a navigation bar.



Pourquoi utiliser la découverte de contenu et les formats natifs ?

“Les plus grosses difficultés rencontrées par les campagnes au format traditionnel (display) sont leur efficacité en terme de placement mais aussi de trafic généré. Les campagnes display sont en générale 33% moins efficaces que les formats natifs.

Nous avons aussi remarqué que nos publicités ne marchaient pas très bien sur les sites de voyage car l’audience a déjà décidé où partir en vacances. Sur les

pages voyage, habituellement les utilisateurs connaissent déjà leur destination de vacances, ils ne sont donc pas ouverts à découvrir d’autres destinations.

C’est pour cette raison que le marketing et la découverte de contenu est la meilleure solution pour nous, les utilisateurs sont curieux de découvrir du nouveau contenu et donc des nouvelles destination. Claudia Sokoll, E-Marketing, Österreich Werbung.



Une audience accrue grâce à une stratégie de ciblage gagnante

Austria Tourism s’est concentré sur l’Allemagne. L’objectif étant de promouvoir à la fois les régions mais aussi les évènements et festivals en Autriche. Les campagnes redirigeaient directement vers des pages spécifiques du site d’Austria Tourism (austria.info), fournissant ainsi des informations sur les différentes régions d’Autriche. L’utilisateur avait ensuite la possibilité de voir plusieurs offres et l’option de réserver avec un partenaire local d’ Austria Tourism.

Grâce à l’analyse des données et à l’optimisation en continu, Taboola a su améliorer les performances des campagnes. Austria Tourism a augmenté son trafic, ses taux de clics, ses taux de conversion, et baissé son

taux de rebond ainsi que son coût moyen par clic.

Austria Tourism visait l’Allemagne à la fois sur mobile et ordinateur. Les annonces étaient diffusées sur des sites éditeurs bien spécifiques, ce qui a permis aussi de cibler une audience précise. Depuis début 2017, Taboola a généré 500 millions d’impressions pour les annonces d’Austria Tourism.

Taboola est à l’origine de 50% des leads générés via le canal publicitaire natif pour Austria Tourism.



Les objectifs sur le long terme

Austria Tourism s’est vite rendu compte que le display classic (format IAB) seul ne remplirait pas les objectifs.

Aujourd’hui, leur plan media est très diversifié, que ce soit sur internet ou dans les journaux. Le natif, grâce à Taboola, est désormais une partie intégrante de leur mix marketing.

Suite au succès des campagnes Taboola cette année, Austria Tourism est intéressé pour essayer d’autres formats disponibles chez Taboola comme la vidéo. Ils ont aussi pour idée d’étendre le ciblage géographique à d’autres pays.

