Taboola CaseStudy

AUTO

Mercedes-Benz México logra viewability rate de 73% y CTR de 1.11% con Taboola

"Para el lanzamiento de Clase A Sedán, buscamos tener un mix de medios bastante amplio para generar awareness y dar a conocer este nuevo vehículo, que además es el primero hecho en México. Con Taboola, vimos la oportunidad de ampliar nuestra audiencia y pudimos llegar a personas a las que normalmente no llegamos"

- **Tania Martínez**, Media & Marketing Communications Manager de **Mercedes-Benz** México

73.18%

Viewability Rate
Arriba del Benchmark en México (60%)

1.11%

CTR 130% arriba del promedio en Video

42%

Completion Rate para un video de 1 minuto (3 veces mayor a la duración recomendada)
Conseguido por optimización de sitios con base en Completed Views

Taboola CaseStudy

EMPRESA

Mercedes-Benz es uno de los mayores fabricantes de vehículos premium del mundo y el mayor fabricante mundial de vehículos comerciales. Su agencia digital, **Artful Media Intelligence (AMQ) de Omnicom Media Group**, se especializa en planificación de medios, optimizaciones, datos y analytics.

RETO

Mercedes-Benz México necesitaba llegar a nuevas audiencias y aumentar el tráfico cualificado alrededor del lanzamiento de su Sedán Clase A, para generar awareness y despertar interés por este nuevo modelo que es 100% hecho en México.

SOLUCIÓN

Uso de campaña de video en **Taboola** para promover el lanzamiento de su nuevo modelo Clase A Sedán. Para hacerlo, se implementó un video de 60” totalmente nativo, que buscaba captar la atención de prospectos potenciales con el objetivo de que completaran el video y quisieran conocer más acerca de este nuevo vehículo.

RESULTADOS

Con **Taboola**, **Mercedes-Benz** México obtuvo +180,000 Completed Views y 1.11% CTR de un video con duración 3 veces mayor a lo recomendado en nuestras mejores prácticas.

Mercedes-Benz México realiza campaña de video exitosa con Taboola y logra llegar a nuevas audiencias.

Taboola CaseStudy

INTRODUCCIÓN

Mercedes-Benz es uno de los mayores fabricantes de vehículos premium del mundo y el mayor fabricante mundial de vehículos comerciales. En 2019 vendió casi 2.4 millones de automóviles y más de 438,000 camionetas.

En 1993, **Mercedes-Benz** llega a México como la primera armadora alemana de autos de lujo, y ahora es una de las marcas premium con mayor número de ventas en el país. En México, cuenta con 66 puntos de venta y 52 talleres de servicio.

Taboola CaseStudy

MERCEDES-BENZ MÉXICO JUNTO CON ARTFUL MEDIA INTELLIGENCE Y TABOOLA LOGRAN RESULTADOS FAVORABLES CON CAMPAÑA DE VIDEO

Mercedes-Benz México cumplió su misión de conectar a más personas con su nuevo vehículo Clase A Sedán. Con el fin de dirigir a más personas a su sitio, **AMQ** trabajó con **Taboola** para construir una campaña que utilizara tanto el Pixel de **Taboola** como Retargeting.

Sus creatividades se basaron en un video nativo, con una producción hecha en México, que buscaba conectar con el sentimiento de las personas y el orgullo de ser mexicano, ya que Clase A Sedán es el primer coche de **Mercedes-Benz** que se fabrica en México. El video de 60 segundos era 3 veces mayor a la duración recomendada por **Taboola**, y aún así logró un completion rate óptimo en relación a su duración, lo cual comprueba la importancia de los creativos para obtener los mejores resultados en campañas nativas. La calidad de los creativos junto con el volumen de audiencias a las que **Taboola** les permitió llegar fueron clave para el éxito de esta campaña.

"Taboola fue una gran parte de este lanzamiento tan importante para nosotros y nos ayudaron a generar los resultados que esperábamos. Gracias a la diversidad, volumen y calidad de inventario que ofrece Taboola, logramos llegar a audiencias a las que de otro modo no podríamos llegar".

- Tania Martínez, Media & Brand Communications Manager de **Mercedes-Benz** México

"De todo el mix de medios, la campaña de video que hicimos con Taboola fue la que nos dio mejores resultados a nivel de calidad de tráfico, clics y registros".

- Juan Sánchez Alzate, Director Digital de **Artful Media Intelligence (AMQ)**

Para medir el performance, **Mercedes-Benz** se centró en métricas como el Viewability Rate, Completion Rate y CTR de la campaña, excediendo al 100% sus objetivos.
Mercedes-Benz México y **AMQ** pudieron seguir el éxito de su campaña con el uso del **Taboola** Pixel. El **Taboola** Pixel, fácil de implementar, permite de manera eficiente y precisa el seguimiento de conversiones y la creación personalizada de audiencias.

A medida que **Mercedes-Benz** expande sus líneas de vehículos y continúa penetrando el mercado mexicano, planean expandir sus audiencias realizando más publicidad nativa y desea consolidar a **Taboola** como un medio relevante en su estrategia digital.