

Jellyfish aumenta en un 17% las conversiones de la campaña de Hipotecas de Banco Sabadell en solo dos meses con Taboola



“Gracias al expertise de Jellyfish en el ámbito de la programática, decidimos activar campañas de native ads con Taboola para aumentar el reach digital de nuestro producto Hipotecas y hemos logrado unos resultados muy buenos, tanto en términos de calidad de visitas como tasa de conversión”

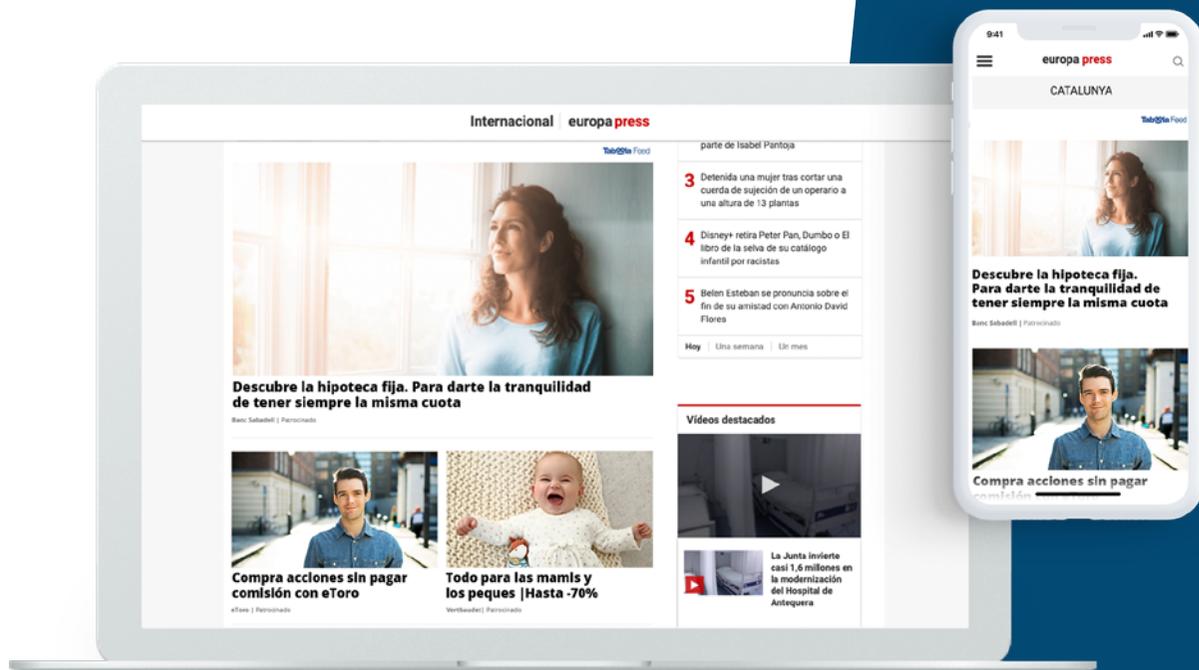
- Oriol Ramon, Director de Marketing Digital de **Banco Sabadell**

30%
Aumento de CTR

17%
Aumento de conversiones

126%
Aumento de CTR con respecto a otros PMPs de formatos display estándar

38%
de los leads cualificados del PMP (programática directa) fueron proporcionados por Taboola



EMPRESA

Banco Sabadell es uno de los principales grupos bancarios del sistema financiero español, presente en más de 20 países de todo el mundo y con bancos comerciales en España, el Reino Unido y México.

Jellyfish es un partner digital y global que ofrece a sus clientes una combinación única de servicios de agencia, tecnología, consultoría y training para apoyarles y acompañarles en la estrategia y transformación digital.

RETO

Banco Sabadell quería encontrar potenciales clientes para su producto Hipotecas, dirigir tráfico cualificado a su web y convertir a lead como objetivo secundario.

SOLUCIÓN

Jellyfish lanzó una campaña programática nativa para alcanzar los objetivos de **Banco Sabadell** con **Taboola**.

RESULTADOS

Banco Sabadell registró una tasa de clic (CTR) un 30% más alta y un 17% de aumento en conversiones según modelo de atribución de primer clic.

Banco Sabadell logra un aumento del 30% en CTR con respecto a la media de campaña, con **Taboola**

Introducción

Fundado en 1881, **Banco Sabadell** es uno de los principales grupos bancarios del sistema financiero español, perteneciente al IBEX 35. Desde sus inicios, la voluntad de **Banco Sabadell** ha sido ayudar a personas y empresas a hacer realidad sus proyectos, anticipándose y ocupándose de que tomen las mejores decisiones económicas. Todo mediante una gestión responsable y comprometida con el medio ambiente y con la sociedad.

Cuando **Banco Sabadell** se propuso encontrar más usuarios para su producto Hipotecas, así como dirigir más tráfico cualificado a su web con posibilidad de convertir, **Taboola** resultó ser la solución perfecta.

Jellyfish es un partner digital que colabora con clientes de todo el mundo con el objetivo de crear recorridos digitales perfectos. A través de sus estrechas asociaciones con plataformas como **Taboola** y Google, ayudan a las marcas a crecer con éxito.



Jellyfish incorpora la publicidad nativa en su estrategia de captación de leads para el producto Hipotecas de Banco Sabadell

Jellyfish buscaba aumentar el tráfico cualificado a las landing pages de **Banco Sabadell** para incrementar el número de leads generados.

La campaña en su conjunto incluía una mezcla de soportes, con distintas tácticas, canales, inventario y formatos de anuncio. Todo ello con su correspondiente atribución.

El uso de la publicidad nativa de **Taboola** permitió a **Jellyfish** servir sus landing pages en entornos como noticias, entretenimiento, meteorología y otros publishers de nicho, donde el usuario espera descubrir contenido nuevo. Por otro lado, se aseguraba viewability, gracias al modelo de compra programática basado en vCPM de **Taboola**.

Jellyfish trabaja con Taboola a través de DV360

Mediante compra programática en **Taboola**, se puede pujar en tiempo real por las ubicaciones nativas en feed de los publishers, a través de nuestra conexión directa con DV360.

Jellyfish utilizó el DSP de Google (DV360) para consolidar todas sus compras programáticas. Con Campaign Manager como adserver y herramienta clave para analizar la atribución entre los diferentes canales y las fases del display funnel, así como para controlar la superposición de cookies entre las diferentes plataformas de prospección.

Para asegurarse de que estaban atrayendo nuevos públicos cualificados y maximizar resultados, **Jellyfish** implementó una exclusión de audiencias de **Banco Sabadell**.

Jellyfish obtuvo una **tasa de clic (CTR) un 30% más alta con Taboola** que con otros canales. Y un **126% más alta que otros PMP con formatos display estándar**.

De hecho, **Taboola** proporcionó el **38% de los leads cualificados del PMP** (programática directa) de toda la campaña.

Jellyfish concluye que Taboola fue el canal que aportó más valor a la campaña

Entre los PMP que utilizó **Jellyfish**, **Taboola** fue el que más leads cualificados generó, según el modelo de atribución de primera interacción (first-touch).

Taboola está entre las **10 rutas de conversión principales** y generó un **17% más de conversiones usando un modelo de atribución de primer clic**, en comparación con el modelo de atribución de último clic.

Además, **Taboola** también aportó el mayor valor a la campaña al analizar su rendimiento mediante el píxel de conversión de visitas a la homepage. **Taboola** llevó el tráfico más cualificado a la homepage de **Banco Sabadell**.

Al aplicar publicidad nativa con objetivo de prospección, **Jellyfish** utilizó una creatividad adaptada al producto y a la audiencia, teniendo en cuenta que el formato sería visible en un entorno integrado en el contenido. Querían un canal que garantizara un CPM visible con inventario de calidad que les permitiera alcanzar ese tráfico cualificado.

Para garantizar esa captación de clientes potenciales nuevos, **Jellyfish** excluyó a las audiencias clientes de su DMP para maximizar la búsqueda de usuarios nuevos para **Banco Sabadell**.