



“Nuestra colaboración con Taboola nos ha permitido encontrar una audiencia de alta calidad para nuestro blog, así como clientes potenciales para nuestros seguros de salud. Sus herramientas de optimización y su capacidad de escalabilidad en la web abierta nos han permitido alcanzar nuestros objetivos”

-Beatriz Lázaro, Responsable de Marketing Digital en Aegon Seguros

65.547

Usuarios en su blog, en solo nueve meses

367

Leads para sus seguros de salud, en solo seis meses

65%

Reducción del Coste Por Lead (CPL) en la campaña de performance

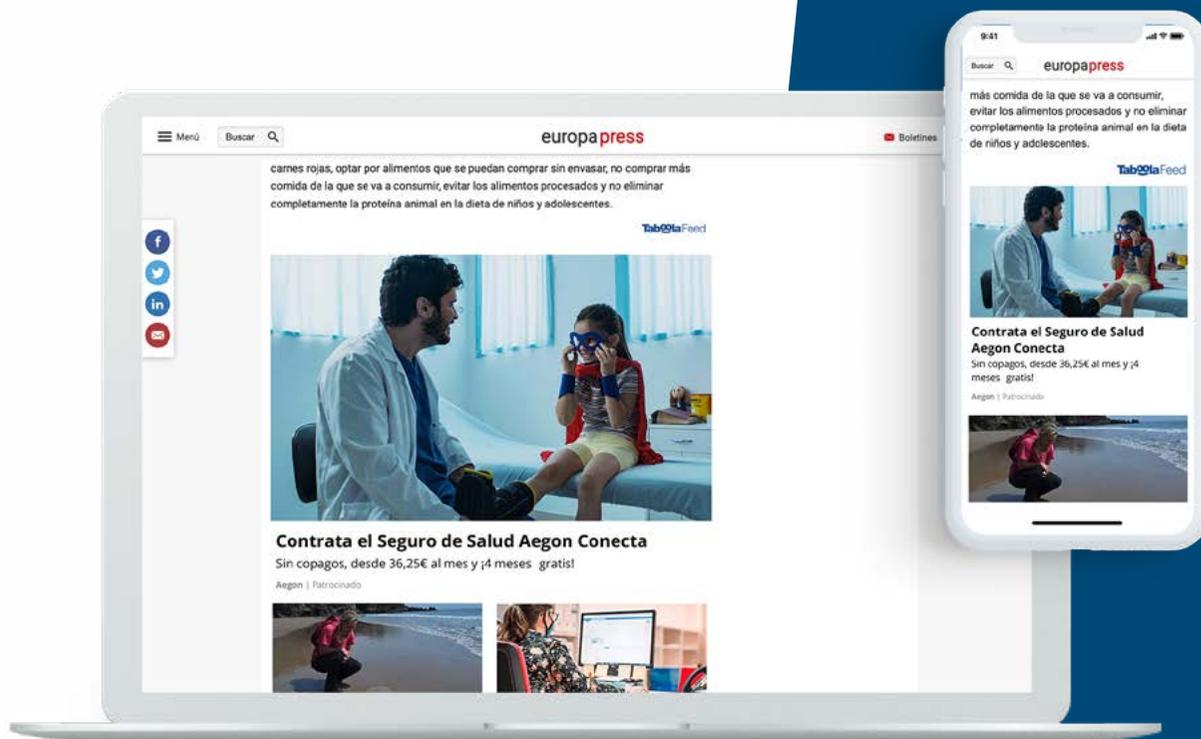
72%

Aumento en la tasa de conversión CVR en la campaña de performance



SEGURO DE SALUD Y VIDA

Aegon genera más de 65 mil conversiones en solo 9 meses con Taboola



EMPRESA

Aegon ofrece seguros de salud, vida y ahorro en más de 25 mercados. Su equipo lo componen más de 28.000 profesionales en todo el mundo, que se han ganado la confianza de millones de clientes.

RETO

Encontrar nuevas formas de llegar a una audiencia relevante para su blog, generando al mismo tiempo leads para sus seguros de salud.

SOLUCIÓN

Lanzar campañas de contenido patrocinado en **Taboola**, para llegar a consumidores relevantes en páginas de editores premium en España.

RESULTADOS

Trabajando durante 9 meses con **Taboola**, **Aegon** consiguió generar **65.547 usuarios en su blog y 367 leads para sus seguros** de salud. Sus campañas de performance vieron una **disminución del 65% en CPL** y un **aumento del 72% en CVR**.

Aegon llega a los consumidores de seguros de salud en sites de editores premium españoles, con **Taboola**

Introducción

Aegon fue fundado en los Países Bajos hace más de 170 años. Su equipo lo componen más de 28.000 profesionales en todo el mundo, que se han ganado la confianza de millones de clientes. Sus principales líneas de negocio son los seguros de salud, vida y ahorro.

En sus inicios, **Aegon** fue fundado como proveedor de pequeños préstamos a ciudadanos holandeses. Durante todo este tiempo han extendido su actividad aseguradora y han comenzado a operar en numerosos países.



Aegon genera tráfico de calidad en su blog de salud, así como en sus páginas sobre seguros médicos, gracias al contenido patrocinado de Taboola

Aegon estaba buscando formas nuevas e innovadoras de llegar a clientes potenciales relevantes para su producto de seguro de salud. Trabajaron con Taboola para llegar a esos clientes potenciales fuera de los canales de Search y redes sociales, en la web abierta: sitios web de noticias, blogs, revistas online y otros soportes digitales.

Aegon quería llegar a sus consumidores con dos tipos de campañas: una campaña de tráfico que dirigía a los usuarios a artículos de blog sobre temas de salud, como medidas de seguridad covid-19 o hábitos de salud recomendados. Y también lanzaron una campaña de performance, que los dirigió a la página web de **Aegon** para obtener más información sobre su oferta específica de seguros de salud.

En ambas campañas, **Aegon** utilizó anuncios de contenido patrocinado de **Taboola** con un botón de llamada a la acción (CTA) para las campañas de performance. El CTA aparece en forma de botón junto a la creatividad y está diseñado para captar la atención de los usuarios y conducirlos hacia una acción específica posterior al clic.

La implementación del botón de CTA en las creatividades de contenido patrocinado de **Aegon** disminuyó el CPL de sus campañas de performance en un 63% y aumentó su tasa de conversión en un 163%.

Aegon optimizó automáticamente sus campañas para tráfico y Coste Por Lead con Taboola SmartBid

A la hora de medir la efectividad de sus dos campañas de tráfico y performance, **Aegon** optimizó para conseguir tráfico comprometido en el primer caso: aquellos usuarios que permanecieron en un artículo de blog durante al menos un minuto y, en el segundo caso, atendió al CPL.

En el transcurso de nueve meses, el CPC de sus campañas de tráfico disminuyó en un 26% y su tasa de clics visibles (vCTR) aumentó en un 200%. En total, llevaron a 65.547 visitantes de calidad a su blog, quienes estuvieron en el site al menos un minuto o más.

Durante seis meses, el CPL de sus campañas de performance disminuyó en un 65%, mientras que la tasa de conversión aumentó en un 235%. En general, generaron 367 leads para su producto de seguro de salud. **Aegon** espera continuar trabajando con Taboola en futuras campañas.