

**Colvin vende un 50% más de flores de lo que preveía como objetivo de campaña de San Valentín con Taboola**

## Colvin

*“Estamos muy satisfechos con los resultados obtenidos con Taboola en un período de tan sólo dos semanas, especialmente por el potencial que supone llegar a audiencias tan amplias y de tanta calidad. Además, el equipo de Taboola ha colaborado estrechamente con nosotros y nos ha aconsejado nuevas fórmulas para tener aún más éxito en futuras campañas”.*

- **Liliana Coimbra**, Performance Marketing Manager, Colvin

50%

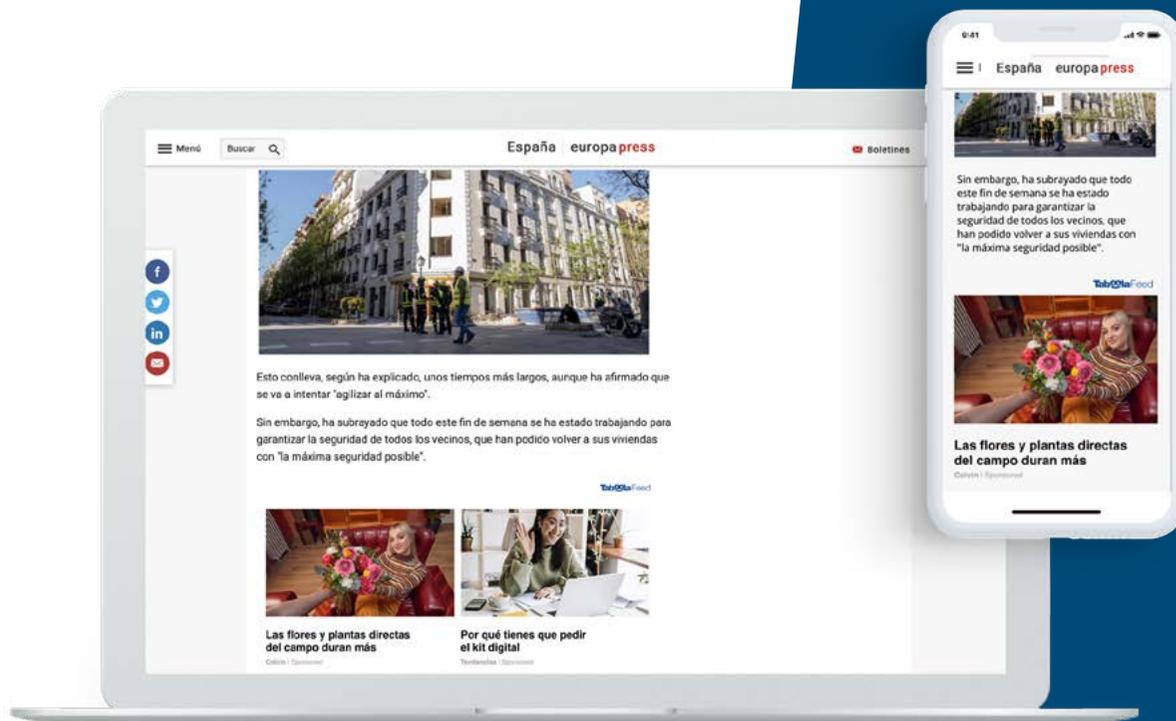
Más ventas de flores conseguidas que su objetivo inicial para campañas publicitarias nativas

12%

Menor coste por adquisición (CPA) que con canales existentes

90%

Menor coste por adquisición (CPA) que con otros nuevos canales



## EMPRESA

**Colvin** es una start-up internacional nacida en Barcelona, que irrumpe en la industria de la floricultura y el *gifting*. **Colvin** está reinventando la forma en que se regalan flores y plantas, directamente desde los agricultores hasta los clientes finales.

## RETO

**Colvin** buscaba encontrar nuevos consumidores a gran escala, más allá de los canales de *search* y redes sociales, para ampliar sus ventas por el Día de San Valentín.

## SOLUCIÓN

Trabajar con **Taboola** para llegar a los consumidores en sites premium, revistas online, blogs y otras páginas web, utilizando contenidos patrocinados.

## RESULTADOS

Con **Taboola**, **Colvin** pudo lograr un 50% más de ventas de lo que había establecido como objetivo de campaña en **Taboola**, con un CPA hasta un 90% más bajo que con otros canales.

Con **Taboola**, **Colvin** logra más ventas de San Valentín de lo esperado, a un **coste por adquisición un 28% más bajo**

## Introduction

**Colvin** es una start-up internacional nacida en Barcelona, que irrumpe en la industria de la floricultura y el *gifting*. **Colvin** está reinventando la forma en que se regalan flores y plantas, directamente desde los agricultores hasta los clientes finales. Imaginan un mundo más humano y emocional, donde las personas conectan entre sí con más frecuencia y de forma más significativa.



## Con Taboola, Colvin logra más ventas de San Valentín de lo esperado, a un coste por adquisición un 28% más bajo

Para **Colvin**, una startup innovadora y con visión de futuro para la venta de flores online, el Día de San Valentín es un evento comercial importante.

Para diversificar su mix de medios y llegar a tantos consumidores relevantes como pudieran a gran escala, **Colvin** trabajó con **Taboola** para encontrarlos en sitios de noticias premium, revistas online, blogs y otras páginas web fuera de las plataformas de search y redes sociales, en la web abierta.

**Colvin** realizó una campaña de contenido patrocinado para llevar a los consumidores a la página principal de su sitio web, utilizando creatividades que presentaban ramos preciosos diseñados para el Día de San Valentín. Para medir su campaña, **Colvin** instaló el **Taboola** Pixel. También implementaron SmartBid, la tecnología de pujas automatizadas de **Taboola** que utiliza la campaña y los datos de conversión de red de **Taboola** para predecir la probabilidad de que un usuario convierta en cada impresión.

En solo dos semanas, **Colvin** generó un 50% más de ventas de lo esperado en su objetivo general de **campaña publicitaria nativa**, con un **CPA que fue hasta un 90% más bajo que en el caso de otros canales**.

## Después del éxito de su campaña de San Valentín, Colvin prueba el contenido editorial recomendado de Taboola

Cuando los consumidores navegan en la web abierta, tienen una mentalidad diferente a la de las plataformas de *search* y redes sociales: están comprometidos con el contenido editorial. Por ello, las marcas que utilizan contenido editorial para atraer a estos consumidores suelen ver buenos resultados.

El equipo de **Taboola** recomendó a **Colvin** probar el contenido editorial para su próxima campaña, y **Colvin** ha avanzado con las pruebas de páginas de destino editoriales y creatividades publicitarias escritas con el objetivo de contar historias en mente.

**Colvin** espera continuar trabajando con el equipo de **Taboola** para campañas más exitosas en el futuro.