Taboola CaseStudy

HOME, FASHION

Blancheporte et Schwartz Consulting doublent leur ROAS grâce aux publicités natives Taboola

SCHWARTZ CONSULTING Blancheporte

« En tant que marque historique, adopter un nouveau canal d'acquisition en ligne n'est pas toujours facile. Taboola nous a apporté les outils basés sur des données concrètes pour assurer une rentabilité optimale et ainsi atteindre des résultats impressionnants. Schwartz Consulting fut également un partenaire déterminant en guidant nos stratégies de campagne et en optimisant nos créations publicitaires. »

- **Blancheporte**

« Nous fûmes ravis, en tant que partenaire Premium de Taboola, d'accompagner Blancheporte dans la diversification de leur mix média et ainsi les aider à atteindre des résultats optimaux. Grâce à notre méthodologie unique et aux solutions de Taboola conçues pour maximiser les conversions, nous avons radicalement amélioré les performances de Blancheporte d'une année sur l'autre. »

- **Fabien Schwartz,** *Co-Founder of Schwartz Consulting*

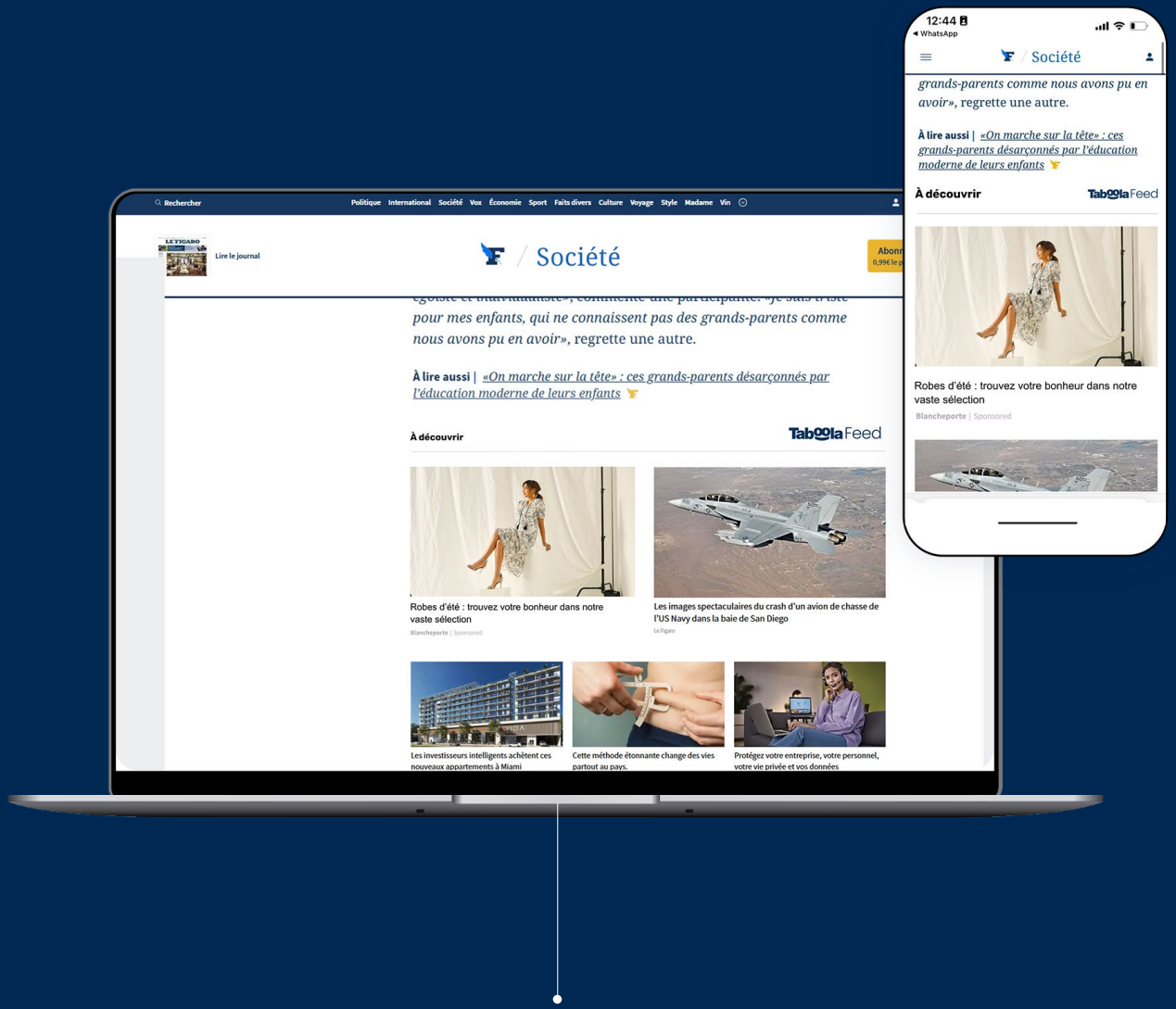
43%

C'est la baisse du CPA d'une année sur l'autre !

2X

C'est la croissance du ROAS d'une année sur l'autre !

Taboola CaseStudy



Blancheporte et **Schwartz Consulting** mettent en avant des offres spéciales digitales grâce aux publicités natives **Taboola**

SOCIÉTÉS

Blancheporte est une marque experte en mode pour les quinquagénaires, offrant une large sélection de vêtements et de linge de maison, disponibles en ligne et par catalogue. **Schwartz Consulting** est une agence média basée à Londres, dédiée à la publicité native.

DÉFI

Améliorer performance et rentabilité en exploitant un nouveau canal d'acquisition digitale.

SOLUTION

Diffusion de publicités natives **Taboola** sur des sites éditeurs pour promouvoir les nouvelles offres de **Blancheporte**. Exploitation de la méthodologie unique de **Schwartz Consulting** et des données de suivi S2S pour optimiser campagnes et créations.

RÉSULTATS

Grâce à **Taboola** et **Schwartz Consulting**, **Blancheporte** a enregistré un retour sur investissement publicitaire (ROAS) presque deux fois.

Taboola Case Study

Introduction

Blancheporte est une entreprise de vente par correspondance spécialisée dans les vêtements et le linge de maison, commercialisés en ligne et via des catalogues. Originaire de Tourcoing (Nord), **Blancheporte** a été fondée en 1806 par la famille Dassonville. Elle a célébré son 200e anniversaire en 2006.

Blancheporte est la marque dédiée à la mode féminine et à la décoration intérieure pour celles et ceux qui aiment le style et embellir leur intérieur à des prix accessibles. Leurs collections de vêtements, chaussures et accessoires sont imaginées et créées en interne par une équipe de stylistes passionnés de mode. **Blancheporte** allie également tradition et innovation dans sa collection de linge de maison, en fixant des standards de haute qualité et en proposant des imprimés exclusifs conçus par une équipe d'illustrateurs.

Schwartz Consulting est une agence média basée à Londres, dédiée à la publicité native et partenaire Premium de **Taboola.** Forte de plus de 12 ans d'expérience dans la conception et l'exécution de campagnes à la performance, **Schwartz Consulting** accompagne des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs pour que leurs campagnes de publicité native se transforment en un véritable avantage concurrentiel sur le long terme.

Taboola CaseStudy

Blancheporte et Schwartz Consulting optimisent leurs campagnes natives à la performance grâce à la solution S2S Tracking by Taboola

En tant que marque de référence dans la mode féminine et la décoration intérieure, **Blancheporte** cherchait de nouvelles solutions pour accroître sa rentabilité et améliorer ses performances en ligne. Même si **Blancheporte** utilise déjà des canaux publicitaires incontournables comme Meta, la marque souhaitait diversifier son reach via un canal d'acquisition novateur et original.

C'est là que **Taboola** intervient ! Avec un réseau composé de plus de 9 000 éditeurs, **Taboola** permet aux annonceurs de toucher des audiences importantes mais également ciblées grâce à du contenu sponsorisé qui correspond à leurs centres d'intérêt et s'intègre parfaitement à leur expérience de navigation.

Pour tirer le meilleur parti de ces campagnes **Taboola**, **Blancheporte** s'est appuyée sur l'expertise de **Schwartz Consulting**, partenaire Premium de **Taboola** et agence spécialisée dans la publicité native. **Schwartz Consulting** a collaboré avec **Blancheporte** afin de concevoir une série de campagnes **Taboola** au format image, mettant en avant différentes nouvelles offres, chacune s'étalant sur une durée de deux à quatre semaines.

Au fil du déroulement des différentes vagues, **Schwartz Consulting** a mis en œuvre sa méthodologie unique et ses optimisations en temps réel pour améliorer les performances. L'agence a ainsi effectué des A/B Tests afin d'identifier les créations les plus efficaces auprès de l'audience de **Blancheporte. Schwartz Consulting** a également exploité le suivi des conversions de type serveur-à-serveur (S2S) de **Taboola** pour recueillir des données de conversion de haute qualité sur le site web et ajuster chaque publicité native en conséquence.

Taboola CaseStudy

Grâce à Taboola et Schwartz Consulting, Blancheporte fait croître ses revenus d'une année sur l'autre avec notamment un CPA réduit de 43 %

Schwartz Consulting et **Blancheporte** ont exploité le système d'enchères de **Taboola**, Maximize Conversions, pour optimiser leurs résultats. Alimentée par l'IA, cette solution innovante ajuste et optimise automatiquement les enchères afin d'augmenter les conversions à grande échelle. En exploitant les données issues de leur suivi S2S, **Schwartz Consulting** a obtenu des résultats particulièrement significatifs pour **Blancheporte** grâce à cette utilisation de Maximize Conversions.

Grâce à la combinaison des capacités technologiques de **Taboola** et de l'expertise de **Schwartz Consulting** en publicité native, **Blancheporte** a enregistré un retour sur investissement publicitaire (ROAS) presque deux fois supérieur et réduit son coût par acquisition (CPA) de 43 % d'une année sur l'autre. Au global, **Taboola** a livré des performances qui ont rivalisé avec celles des campagnes Meta et établi la publicité native comme un canal stratégique dans le mix média de **Blancheporte.**

Fort de ce succès, **Blancheporte** et **Schwartz Consulting** prévoient désormais de tester d'autres fonctionnalités de **Taboola**, telles que le reciblage par mots-clés dans les recherches et les segments d'audience prédictifs, pour continuer à élargir ce reach et optimiser encore un peu plus leurs résultats.