

## Case Study



*“Search e Social estavam apresentando retornos cada vez menores para a Ypê, então precisávamos de um canal que alcançasse públicos que essas plataformas não estavam entregando. O Realize nos trouxe essa diversificação, e o Yahoo Mail abriu novas oportunidades de inventário. As consultas quinzenais com o time da Taboola nos ajudaram a otimizar em tempo real e manter a performance bem abaixo das metas durante toda a campanha.”*

**- Filipe Ferminiano,** *Diretor Geral de Mídia, Zmes*



CPG

Com o Realize, Ypê e Zmes cortam o CPA **49%** abaixo da meta

**49%**

menor CPA  
que a meta

**65%**

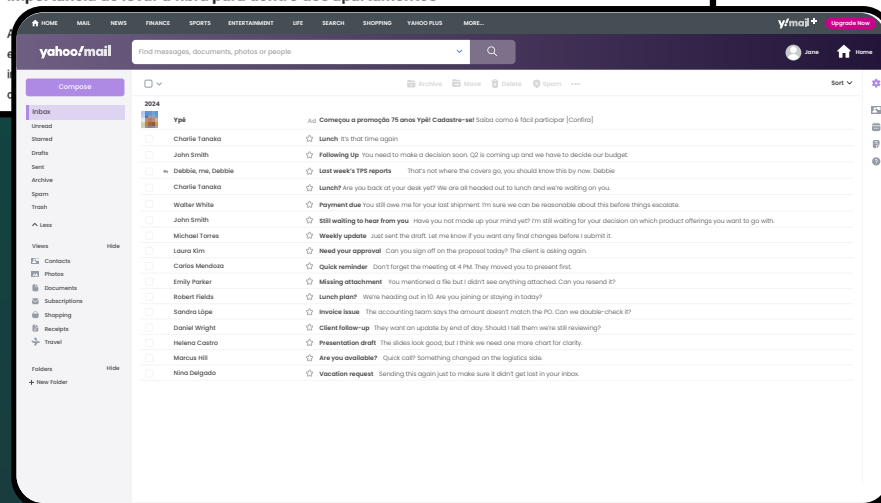
CPA menor no  
Yahoo Mail em  
comparação à  
meta estabelecida  
para o Realize

**89%**

menor CPM que  
a média das  
campanha da Ypê



# Case Study



## EMPRESA

A **Ypê** é uma das principais marcas de limpeza e higiene do Brasil, oferecendo há 75 anos mais de 450 produtos para lares brasileiros. Em parceria com a **Zmes**, agência de marketing digital, a marca promoveu uma campanha nacional de sorteio.

## DESAFIO

Após observar queda nos retornos, a **Ypê** identificou que precisava diversificar seu mix de mídia além do search e social e alcançar novos públicos que essas plataformas não conseguiam atingir — tudo para impulsionar as inscrições no sorteio com um custo por aquisição eficiente.

## SOLUÇÃO

A **Zmes** utilizou o **Realize** para veicular anúncios nativos e inserções no Yahoo Mail, aplicando a estratégia Maximize Conversions para otimizar a geração de leads em todo o funil do sorteio.

## RESULTADOS

O **Realize** gerou leads com um CPA 49% menor que a meta da **Ypê** e um CPM 89% inferior à média da campanha em outros canais. Especificamente no Yahoo Mail, o CPA foi 65% menor que o objetivo estabelecido para as campanhas com o **Realize**.





## Case Study

### Introdução

Há 75 anos, a Ypê contribui para a saúde, o bem-estar e a qualidade de vida dos brasileiros com mais de 450 produtos de limpeza e higiene, consolidando-se como uma das principais marcas do país.

A Zmes reúne, em uma única cultura, três áreas de especialização que normalmente atuam de forma fragmentada no mercado — experiência e conteúdo, mídia full-funnel e CRM, personalização e CDP —, o que explica seu sucesso na digitalização de negócios.

*“O Maximize Conversions fez toda a diferença. Assim que configuramos corretamente o Taboola Pixel em todo o funil da campanha, a IA começou a encontrar leads com custos que não conseguiríamos atingir manualmente. O Yahoo Mail foi o grande destaque — com 100% de usuários logados e segmentação comportamental, alcançamos um CPA 65% menor que a meta da Taboola. Esse nível de eficiência nos permite escalar o volume sem perder performance.”*

– **Filipe Araujo**, Analista de Growth III, Zmes





## Case Study

# Ypê E Zmes Usam O Realize E O Yahoo Mail Para Gerar Cadastros Em Sorteios Com CPA Abaixo Da Meta

---

A campanha de sorteio de 75 anos da Ypê foi criada para impulsionar as vendas de produtos e o engajamento com a marca em larga escala. A promoção ofereceu milhões de reais em prêmios — incluindo dinheiro, carros e sorteios menores e recorrentes, incentivando os consumidores a comprar produtos de limpeza Ypê e cadastrar seus comprovantes de compra online para concorrer.

A Zmes enfrentava um desafio: os canais de busca e redes sociais estavam apresentando retornos cada vez menores, e era preciso alcançar novos públicos que essas plataformas não conseguiam entregar. Por isso, a agência adicionou o Realize, a plataforma de publicidade de performance da Taboola impulsionada por IA, ao mix de mídia da Ypê. O Realize ajuda marcas a alcançar públicos com alta intenção de compra e gerar resultados mensuráveis em formatos nativos, display e vídeo na open web. No caso da Ypê, isso significou veicular anúncios nativos tradicionais, peças em imagem que se integram ao conteúdo editorial em sites de publishers premium, além de inserções no Yahoo Mail, um dos ambientes de e-mail mais utilizados do mundo.



## Case Study

O Yahoo Mail deu à Zmes acesso a 100% de usuários logados, com perfis comportamentais em um ambiente de alta atenção. Graças à parceria exclusiva da Taboola com o Yahoo, esses anúncios são exibidos como experiências nativas diretamente dentro do ecossistema de e-mail, alcançando os usuários enquanto interagem com seu conteúdo pessoal. Como o Yahoo Mail realiza a segmentação com base em comportamento, e não em dados demográficos amplos, cada impressão parecia feita sob medida para cada usuário.

Para otimizar a geração de leads, a Zmes instalou o Taboola Pixel, um código de rastreamento inserido na landing page da campanha promocional da Ypê para capturar dados de conversão em todo o funil. Com o rastreamento ativo, a equipe ativou o Maximize Conversions, a estratégia de lance automatizada do Realize baseada em IA, que ajusta os lances em tempo real para gerar o maior número possível de conversões dentro do orçamento. O Pixel enviava sinais de conversão de volta para a plataforma, permitindo que a IA aprendesse quais públicos tinham maior probabilidade de se registrar e direcionasse os investimentos de forma mais inteligente.



## Case Study

# O Realize Supera Search E Social Na Campanha Promocional Da Ypê

---

A equipe de gerenciamento de contas da Taboola se reunia quinzenalmente com a Zmes para revisar o desempenho, recomendar otimizações e ajustar o direcionamento com base no que estava funcionando. Esse nível de consultoria estratégica ajudou a Zmes a manter a eficiência conforme a campanha escalava, mantendo os custos bem abaixo das metas estabelecidas pela Ypê.

Com o Maximize Conversions ativo tanto nos formatos nativos quanto nas inserções no Yahoo Mail, o Realize entregou leads com um **CPA 49% menor que a meta da Ypê**, superando os canais de busca e social que antes representavam a maior parte do investimento de mídia. **A plataforma também registrou um CPM 89% menor que a média da campanha** em outros posicionamentos, proporcionando à Zmes a eficiência necessária para aumentar o volume sem elevar os custos.

O Yahoo Mail se destacou dentro do mix do Realize. Como todos os usuários estão logados e podem ser segmentados com base em sinais comportamentais, em vez de dados demográficos amplos, os anúncios alcançaram públicos de maior intenção a um custo menor. Especificamente, o **Yahoo Mail apresentou um CPA 65% menor do que a meta estabelecida** pela Zmes para as campanhas do Realize em geral, comprovando que o ambiente da caixa de entrada pode superar até mesmo os melhores posicionamentos nativos na web.

Os resultados deram à Ypê a diversificação necessária para reduzir a dependência de search e social, enquanto a Zmes conquistou um canal escalável capaz de manter a performance ao longo da campanha do sorteio. Com base nesse sucesso, ambas as equipes planejam expandir a parceria com o Realize para futuras promoções.