



« Chez Super-Pharm, nous sommes toujours à la recherche de nouvelles sources de trafic qui nous permettent d'augmenter nos ventes et de garder un taux de conversion et un CPA stable. Lorsque nous avons entendu parler de Taboola DCO, nous avons décidé d'être les premiers sur le marché israélien à utiliser ce nouvel outil dans notre stratégie marketing. Nous avons été heureux de voir que Taboola DCO a réussi à capter un grand nombre d'utilisateurs qui étaient sur notre site internet mais qui avaient abandonné leur panier d'achat, tout en conservant un CPA stable ».

- Dina Portnoy, Super-Pharm On-Line



HEALTHCARE / CPG

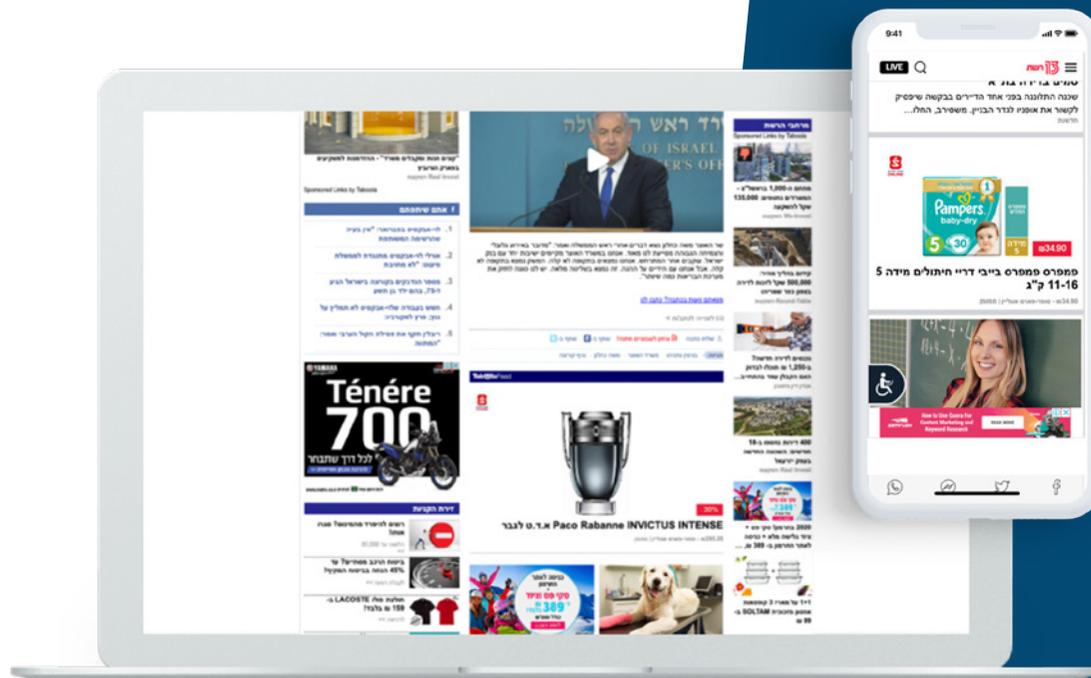
Super-Pharm enregistre un ROAS de 503% en seulement six mois grâce à Taboola DCO

503%

Retour sur les dépenses publicitaires (ROAS)

4%

Taux de conversion (CVR)



ENTREPRISE

Fondée en 1978, **Super-Pharm** est le plus grand réseau de pharmacies d'Israël, avec plus de 260 filiales locales, un site e-commerce leader sur le marché et 70 filiales en Pologne.

CHALLENGE

Super-Pharm était à la recherche d'une solution innovante afin de créer une source de revenus supplémentaire et d'augmenter l'activité d'achat en ligne tout en maintenant un ROAS positif.

SOLUTION

Lancement d'une campagne **Taboola Dynamic Creative Optimization (DCO)** pour générer des achats directs sur le site e-commerce de **Super-Pharm**, et utilisation du retargeting afin d'engager les clients potentiels qui ont visité le site de **Super-Pharm's** mais qui ne sont pas passés à l'acte d'achat.

RÉSULTATS

Super-Pharm a pu constater un **ROAS de 503%** (Return on Ad Spend) et un **taux de conversion de 4%** en seulement six mois grâce à **Taboola DCO**.

Super-Pharm atteint son CPA voulu de manière constante tout au long de la campagne

INTRODUCTION

Super-Pharm est la plus grande pharmacie d'Israël, fondée en 1978, avec plus de 260 filiales locales, 70 filiales en Pologne et un site e-commerce leader sur le marché. Les modèles de vente et de marketing de **Super-Pharm** ont été une source d'inspiration pour de nombreuses entreprises retail leaders en Israël.

Super-Pharm cherchait une nouvelle source de revenus supplémentaire pour augmenter l'activité d'achat en ligne. Ils étaient certains que **Taboola** serait une solution idéale pour faire entrer l'entreprise dans une nouvelle ère axée sur la publicité digitale.



TABOOLA DCO DIFFUSE DES ANNONCES PUBLICITAIRES PERSONNALISÉES ET IMPACTANTES AUX UTILISATEURS AVEC UN TAUX DE CONVERSION DE 4%

Grâce à la campagne **Taboola** Dynamic Creative Optimization (DCO), **Super-Pharm** a pu augmenter ses ventes en ligne en exploitant la base massive d'utilisateurs de **Taboola** et ses outils technologiques avancés, ce qui a permis de diffuser des annonces publicitaires personnalisées et impactantes pour réengager les visiteurs du site internet.

Taboola DCO est un nouvel outil de retargeting qui permet de cibler les utilisateurs en fonction de leur comportement en ligne spécifique. Cette technologie permet aux annonceurs de faire apparaître un produit spécifique dans le **Taboola** feed après qu'un utilisateur ait consulté la page du produit sur le site e-commerce sans avoir effectué d'achat.

Cette annonce publicitaire du produit comprend le prix et les éventuelles remises ou offres en cours. Cela incite ensuite l'utilisateur à finaliser son achat, voire à explorer de nouveaux produits.

DES TESTS A/B BIEN PENSÉS QUI ONT PERMIS À SUPER-PHARMA D'OPTIMISER SES STRATÉGIES

Taboola et **Go Digital Marketing**, l'agence digitale de **Super-Pharm**, ont constamment testé les éléments de la campagne de **Super-Pharm** pour en optimiser le succès.

ensuite été A/B testé avec succès. Leurs templates d'annonces publicitaires ont également été testés tout au long de la campagne afin d'optimiser et d'avoir de meilleurs résultats.

Chaque acteur - **Super-Pharm**, **Taboola** et **Go digital Marketing** ont travaillé main dans la main afin de prendre les meilleures décisions créatives, dans le but d'obtenir les résultats voulus pour **Super-Pharm**.

LE RETARGETING A LARGEMENT CONTRIBUÉ AU TAUX DE 503% DE ROAS

Le Retargeting a joué un rôle important dans la campagne de **Super-Pharm**, car il lui a permis de présenter des articles spécifiques à des clients potentiels qui avaient déjà manifesté leur intérêt.

La campagne a été mesurée à l'aide d'un modèle d'attribution last click propre à **Super-Pharm**. L'équipe Produit de **Taboola** a optimisé ces objectifs en partenariat avec **Go Digital Marketing**.

Dernier point, l'algorithme de **Taboola** a permis de représenter des produits abandonnés aux consommateurs intentionnistes en exploitant les données du site tout en proposant les produits "best sellers" de **Super-Pharm**.