

Adconion Media Group – Case Study

Campaña CPM-A

Sector Seguros

¿QUÉ ES UNA CAMPAÑA CPM-A?

Una campaña CPM-A es una combinación de una campaña CPA y una campaña CPM: el inventario es comprado a CPM pero optimizado en base a resultados. Una campaña CPM-A con Adconion te dará acceso al inventario premium dentro de nuestra red de audiencia, ya que la compra de inventario se efectúa a CPM fijo y está fuera del entorno de pujas del CPA. Se garantiza el cumplimiento de las impresiones contratadas y nuestra tecnología encontrará las áreas de mayor conversión dentro de nuestra red, independientemente de la tipología de compra, para una mejor optimización de tu campaña.

LA CAMPAÑA

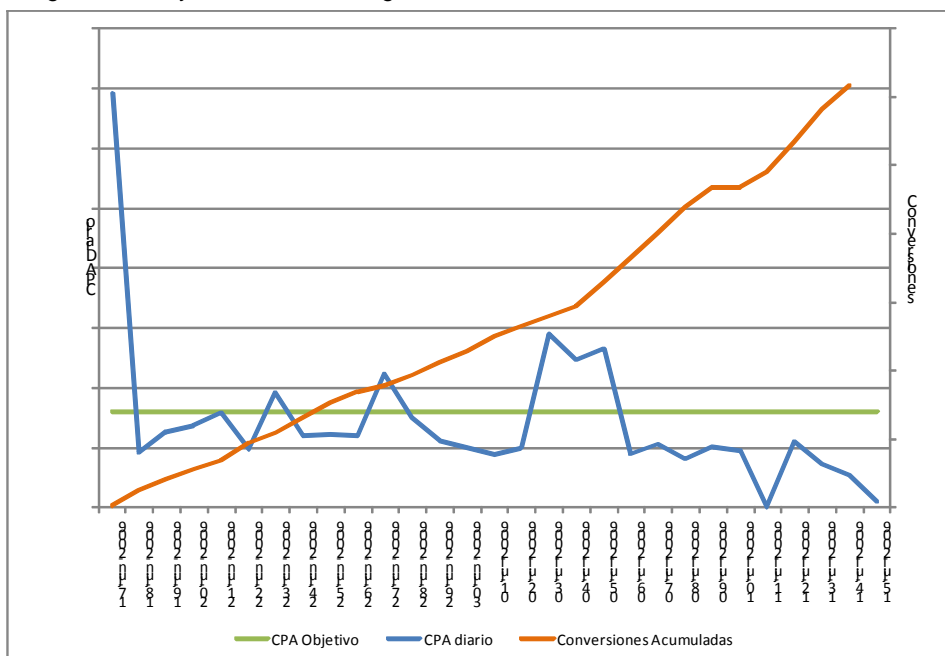
Una compañía de seguros de automóvil se dirige a Adconion para lanzar una campaña con el principal objetivo de conseguir el mayor volumen de simulaciones de seguros. Se fija un CPA objetivo, aunque la campaña se compra a un CPM fijo. Adconion pone en marcha diferentes acciones de cobertura, optimizando con tecnología predictiva, orientadas a conseguir el coste de captación fijado como objetivo. La tecnología Adconion optimiza la campaña teniendo en cuenta variables como el site, la sección del site, los formatos y creatividades, la frecuencia óptima de campaña, el día de la semana, y la hora.

Para todo ello Adconion utiliza los siguientes recursos:

- del network con mayor rendimiento
 - compra a CPM
 - medio
 - equipo
- Tecnología propia que optimiza las áreas
Calidad del inventario gracias al modelo de
Nuestra experiencia y conocimiento del
Optimización y análisis diarios de nuestro

LOS RESULTADOS

El CPA efectivo de la campaña empezó por encima del objetivo pero en seguida empezó a decrecer hasta situarse por debajo. La tecnología Adconion se dedicó a optimizar ampliamente el inventario, alcanzando resultados constantes muy por debajo del CPA objetivo del cliente e incrementando el volumen de conversiones día tras día. A partir de la 3ª semana, el CPA medio se situaba un 54% por debajo del objetivo, y se generaron más de 3.400 conversiones. Todo ello bajo un modelo de compra a CPM con acceso a un inventario *premium* garantizado y con formatos integrados.



CUÁLES SON LOS BENEFICIOS DEL CPM-A?

- CPA o CPC marcado
 - formatos premium e integrados, que garantizan un clic cualificado
 - al aceptar todos los sites, el modelo de compra CPM-A
- Tiene la capacidad de conseguir el objetivo
Acceso a inventario de calidad, con
Conseguir mayor volumen de conversiones,