

Garmin utiliza Outbrain para construir uma audiência qualificada e engajada



OBJETIVOS

Tráfego Qualificado
Novos Usuários
Time Spent

PRODUTOS

Amplify

OVERVIEW

A Garmin é uma das líderes mundiais em sistemas de navegação por meio de GPS. Sua avançada tecnologia é usada nas indústrias automotiva, aeroespacial, marítima e também na esportiva. Por meio de sua divisão de produtos fitness e de relógios inteligentes, Garmin incentiva seus clientes a melhorarem a cada dia e superarem seus limites, seguindo o lema: #BeatYesterday.

Para reforçar este pilar de comunicação, Garmin uniu-se a Outbrain, plataforma pioneira em descoberta nativa, para promover *awareness* e atrair uma audiência qualificada e engajada para seu portal de conteúdo, o [BeatYesterday.org](https://www.beatyesterday.org), que incentiva os usuários a terem um estilo de vida ativo, oferecendo artigos sobre nutrição, novas tendências esportivas e exercícios de condicionamento físico.

A campanha tinha como objetivos principais alcançar novos usuários, reduzir as taxas de rejeição e aumentar o tempo de permanência no site para, no mínimo, 60 segundos. Ao usar a rede de sites premium da Outbrain, a Garmin conseguiu alcançar 82% do público-alvo relevante para a campanha *. A estratégia também garantiu um alto nível de engajamento com 235.000 visitas de novos usuários e taxa de conversão acima de 35% **.

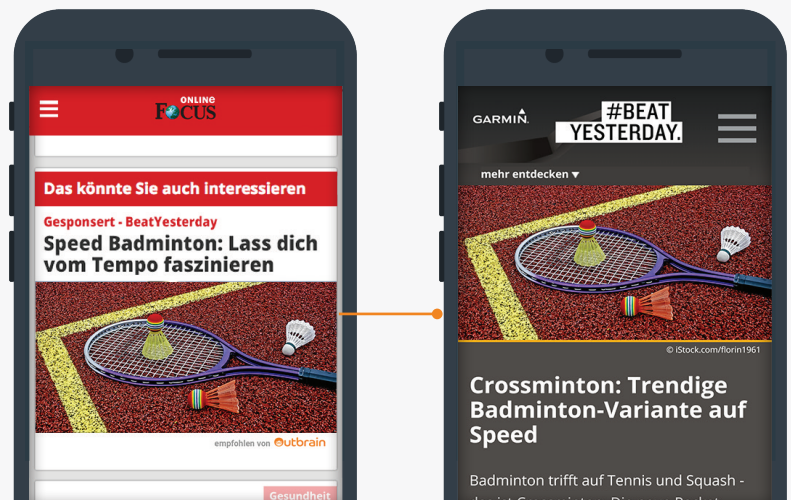
RESULTADOS

235K

Novos Usuários

35%

Taxa de Conversão



DEPOIMENTO

Estamos muito satisfeitos com o tráfego da Outbrain e sua segmentação de usuários. Os resultados de engajamento mostram que a Outbrain tem como alvo os usuários certos, que têm interesse em assuntos relacionados a esportes e estilo de vida. Os formatos nativos também tornam o nosso conteúdo mais atraente e ajudam a aumentar a visibilidade da nossa marca."

ROBIN KOCH, GERENTE DE MARKETING ONLINE, GARMIN

*82% do público-alvo relevante: Usuários únicos entre 14-49 anos (AGOF digital facts, Nov. 2016)

** Conversão => 60 segundos de permanência