

# - Case Behavioral Targeting - DIAGEO/Baileys + Wunderman + Aunica

**300%** de Lift no CTR  
**170 mil** cadastros concluídos  
**+28MM** de usuários únicos impactados



## Objetivos

A Wunderman, em conjunto com a DIAGEO, escolheu a Aunica para ser sua parceira oficial na gestão da primeira campanha de Behavioral Targeting feita na América Latina.

A campanha tinha o objetivo de cadastrar usuários simpatizantes com a marca Baileys em diversos países como Argentina, Chile, México e Colômbia.

### **Conhecimento do Produto:**

Fomentar o tráfego, criar engajamento com a marca e multiplicação da mensagem através do Behavioral Targeting.

## Soluções

O usuário era impactado através de mídia online, convidado a se cadastrar no site Baileys Million, para concorrer a prêmios como músicas para fazer download.

Foi desenvolvido juntamente com a Aunica uma ação de Behavioral Targeting, onde o usuário recebe peças publicitárias totalmente de acordo com a interação que o usuário teve no website.

### **Mecânica da ação:**

O usuário era impactado através de mídia online, convidado a se cadastrar no site Baileys Million, para concorrer a prêmios como músicas para fazer download.

Foi desenvolvido juntamente com a Aunica uma ação de Behavioral Targeting, onde o usuário recebe peças publicitárias totalmente de acordo com a interação que o usuário teve no website.

## Resultados

A ação de Behavioral Targeting teve um lift de 300% no CTR da campanha, sem contar que muitos usuários que foram impactados pelas peças 2, 3 foram colocadas novamente no funil de conversão para que fizessem o cadastro

# - Case Behavioral Targeting - DIAGEO/Baileys + Wunderman + Aunica

**300%** de Lift no CTR  
**170 mil** cadastros concluídos  
**+28MM** de usuários únicos impactados

**aunica**  
the tagology company

