



## Case Study

# Banana Boat Innova con Segmentación de Audiencias Cookieless, Aumenta VCR y Escala

La colaboración de toda la industria demuestra que la segmentación funciona mejor sin cookies

### Industria

CPG

### Desafío

Demostrar el rendimiento y la escala de la segmentación de audiencias programáticas en entornos restringidos por cookies

### Solucuibes de Lotame

- Lotame Panorama ID<sup>™</sup>
- Lotame Data Exchange

### Resultados

- 94% VCR con Panorama ID
- 83% de visibilidad en Safari/Firefox
- Superó un 34% el objetivo de viewability

“ Lotame facilitó una colaboración múltiple entre los socios y también demostró con éxito que la segmentación de audiencias cumple con nuestros KPI de marketing y escala en entornos sin cookies. Este es un ejemplo de nuestro compromiso por brindar las mejores soluciones disponibles en el mercado para los clientes que confían en nosotros.”

— Juan Morón Vélez  
CEO, Xaxis LATAM



## Cliente

La cartera de productos de Banana Boat está diseñada para dar protección solar segura y de alta calidad. La marca confió en la segmentación de audiencia programática para alcanzar a un público preciso a escala en la web abierta.

Con la eliminación de las cookies de terceros en el futuro cercano, la marca trabajó con sus agencias Wavemaker y Xaxis Miami para buscar soluciones innovadoras y lograr impactar a personas, en todos los navegadores. Xaxis contó con la ayuda de varios de sus socios para lanzar su campaña sin cookies — Lotame, Xandr's Invest DSP y PubMatic — muestra de lo que se puede lograr con la colaboración de toda la industria.

## Solución

La agencia recurrió a Lotame para identificar a audiencias de alta calidad en esta primera campaña cookieless en formato de video. Las audiencias de Lotame Data Exchange creadas para la campaña incluyen datos demográficos como género, edad y consumidores interesados en segmentos como familia y paternidad, hogar y jardín, salud, bienestar físico y deportes. Tanto los segmentos con cookies, como los segmentos sin cookies (usando Lotame Panorama ID™) se compartieron con Xaxis y su SSP PubMatic. Al mismo tiempo, PubMatic creó un Deals ID para utilizar las audiencias en las A / B Test. Esos Deals ID's se pusieron a disposición para su uso en el DSP de Banana Boat, Xandr's Invest DSP.

“ Ha sido una increíble oportunidad trabajar junto con Lotame, Xaxis y PubMatic, pues se comprobó que las soluciones sin cookies pueden ofrecer excelentes resultados como los obtenidos para Banana Boat, al utilizar Invest DSP de Xandr.”

— Patrick Casal  
Senior Director LATAM, Xandr



Banana Boat Vídeo Creativo



Banana Boat Vídeo Creativo



## Resultados

La segmentación sin cookies no solo funcionó, sino que brindó un mayor alcance en todos los navegadores, con restricción y con permiso de cookies. Banana Boat y Xaxis pretenden seguir trabajando con este método de segmentación con base en los resultados sobresalientes.

- Se logró un Video Completion Rate (VCR) del 94% en Safari / Firefox, frente al 84% con cookies
  - Mayor eficiencia del VCR en todos los navegadores.
  - Aumento del 12 % en VCR en entornos restringidos por cookies y con View Through Rate (VTR) más altas.
  - 34% mayor Viewability promedio que la registrada como objetivo de la marca.
  - 83% de Viewability en Safari/Firefox frente al 61% con cookies.
- 



¿Quieres resultados similares para tu negocio?  
Contactanos: [latam@lotame.com](mailto:latam@lotame.com)