

# MÁS VISIBILIDAD Y NOTORIEDAD CON DOOH



Una campaña de DOOH de alto impacto para el lanzamiento de la nueva base de maquillaje de Huda Beauty. Labelium Play y Sephora apostaron por la innovación y volvieron a escoger el DSP de Yahoo para llegar a nuevas audiencias en Madrid y Barcelona.

## Objetivo

Sephora, con motivo del lanzamiento de su nueva base de maquillaje Faux Filter de Huda Beauty - que destaca su efecto filtro natural que unifica inmediatamente el cutis- quería generar visibilidad y notoriedad de marca de una forma innovadora para llegar a nuevas audiencias en ciudades concretas de España, como Madrid y Barcelona.

Para lograr este objetivo, la consultora Labelium Play ideó una innovadora campaña de DOOH (Digital-Out-Of-Home) y escogió el DSP de Yahoo para implementarla con éxito y posicionar a Huda Beauty en el top of mind del mayor número de personas.



## Solución

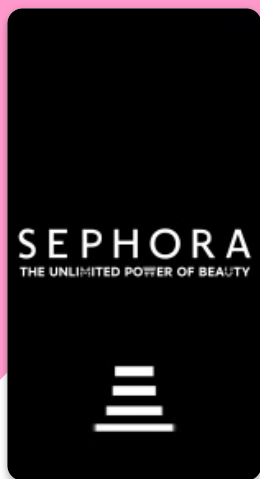
Labelium Play es la unidad experta del Grupo Labelium focalizada en acelerar el negocio de sus anunciantes a través del ecosistema digital audiovisual. Apuesta por la estrategia omnicanal y se ha caracterizado siempre por testear formatos y proponer a sus clientes campañas innovadoras que mejoren el rendimiento de los datos y proporcionen mejores resultados.

Para esta campaña de Huda Beauty y Sephora, se escogió de nuevo el innovador formato DOOH (Digital-Out-Of-Home) de Yahoo para que, de forma programática y con una lógica pionera de circuitos, sus anuncios aparecieran en vallas publicitarias digitales situadas estratégicamente en los lugares más populares de Madrid y Barcelona.

El DSP de Yahoo, que constituye una herramienta de primer nivel para poder desarrollar una estrategia omnicanal basada en datos exclusivos y la optimización por aprendizaje automático, permitió seleccionar pantallas específicas en formato Mupi y Port Clock, gracias a acuerdos programáticos con destacados publishers del sector de la publicidad exterior, tales como JCDecaux y Clear Channel.

**Gracias al DSP de Yahoo, la campaña pudo visualizarse en más de 100 pantallas, impactando a las audiencias estratégicas en zonas clave de Madrid y Barcelona.**





## Resultado

La campaña exterior de Sephora, de la mano de Labelium Play junto con el DSP de Yahoo logró su objetivo de llegar a nuevas audiencias para la marca, incrementando tanto el alcance como la notoriedad de la marca. Así, se lograron 1.844.435 impactos en 14 días.

# 1.844.435

impactos en 14 días

# -15,6%

con respecto a la  
previsión inicial de CPM

# +100

pantallas



“ ”

Seguir apostando por la publicidad digital outdoor nos parece clave debido a la innovación que ofrece creativamente y la cantidad de formas y tamaños nuevos, un claro ejemplo son los Port-Clocks que utilizamos con la campaña de Huda y que fue configurado mediante la DSP de Yahoo. Un diseño pionero capaz de crear mayor recuerdo e incentivando la compra. Sin duda, una propuesta interesante que hemos trabajado de la mano de Labelium Play.

**Cristina García-Adán, Media Manager, Sephora Spain**

“ ”

Estamos orgullosos de contar con la confianza de Sephora, que comparte nuestra apuesta por el uso de formatos innovadores para alcanzar a nuevas audiencias, y con un partner como Yahoo, cuyo DSP es la herramienta perfecta para implementar con éxito nuestras campañas programáticas.

**Lucía González, Managing Director, Labelium Play**

“ ”

Nos encanta haber colaborado una vez más con Labelium Play, una consultora innovadora que sabe sacar el máximo partido de nuestra plataforma programática para campañas en DOOH, logrando los objetivos de anunciantes tan relevantes como Sephora.

**Roberto Campos, director general, Yahoo Spain**

## ¿Quieres saber más?

Para más información, escríbenos a [spainsales@yahooinc.com](mailto:spainsales@yahooinc.com)

Contact us

**yahoo!**

**LABELIUM  
PLAY**