

Expansão local através de diversidade afiliada

Awin e Carrefour

O desafio

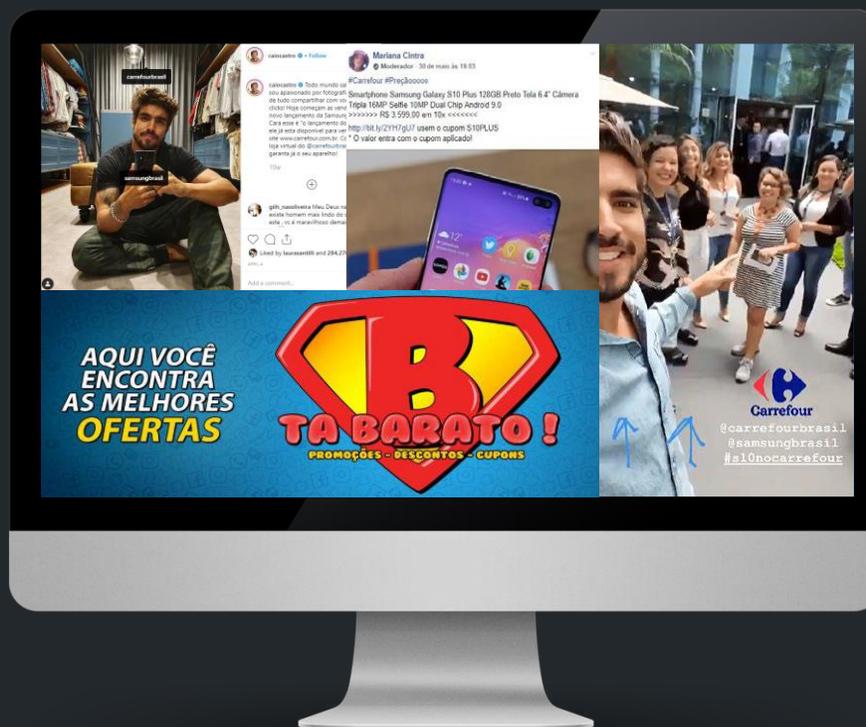
Expandir para o e-commerce se tornou alta prioridade para o Carrefour no último ano. Com mais de 74% da população utilizando a internet e o mercado com expectativas de gerar \$21.3 bilhões em receita de e-commerce em 2019, o Brasil foi identificado como o lugar ideal para o desenvolvimento e crescimento da influência online do Carrefour.

Juntamente com promoções online, o Carrefour queria aumentar sua receita e o tráfego no site durante um período de vendas tradicionalmente baixo.

A solução

Sabendo que celulares são os segundos itens mais populares em e-commerces no Brasil e 95.1% das vendas são de Android, o lançamento do Samsung Galaxy S10 em março e abril representou a oportunidade perfeita para promover a plataforma online do Carrefour e aumentar as vendas no final do Q1 e início do Q2.

Com a ajuda da plataforma de Marketing de Influência Post2B, a Awin conseguiu conectar o Carrefour com o famoso modelo e ator Caio Castro, cujo público-alvo era exatamente o grupo estatisticamente mais engajado em compras online, uso de redes sociais, e experiência com descontos e itens oferecidos pelo Carrefour.



Caio Castro

f 10.7m

📷 17.3m



A execução

O Caio Castro utilizou uma combinação de vários stories no Instagram, um post e um engajamento em pessoa para se comunicar com seus fãs a respeito do lançamento do Samsung S10 no site do Carrefour. Além disso, o Carrefour fez uma série de posts em comunidades do Facebook, promovendo descontos para quem comprasse o celular através do site.

Os resultados

Ao fortalecer o programa de afiliados, a Awin e o Carrefour conseguiram atingir seus principais objetivos de aumentar conhecimento de marca, vendas e tráfego em um período de tradicionalmente baixo de vendas. Isso foi possível graças à diversificação dos tipos de afiliados (conectando comunidades de Facebook com um ator de novela) para alcançar um demográfico novo de compradores online.

+4m

Impressões

+112%

Aumento de receita

+6.6%

Crescimento no Brasil

+76%

Tráfego no site pós-campanha

