



Caso de sucesso:

SEPHORA



SEPHORA TV AUMENTA A BELEZA

VISÃO GERAL DA EMPRESA: Varejista do setor de beleza, a Sephora oferece mais de 200 marcas e 13.000 produtos de alta qualidade, entre cosméticos, maquiagem, cuidado o cabelo e fragrâncias. Sephora.com atrai aproximadamente 4 milhões de visitantes únicos por mês.

A Sephora queria criar uma experiência global para a marca, uma porta de entrada para outros canais, como seu site de e-commerce e seu blog de beleza. Eles pediram à Ooyala que os ajudasse a desenvolver a Sephora TV.



PERSONALIZE SUA EXPERIÊNCIA

DESAFIO

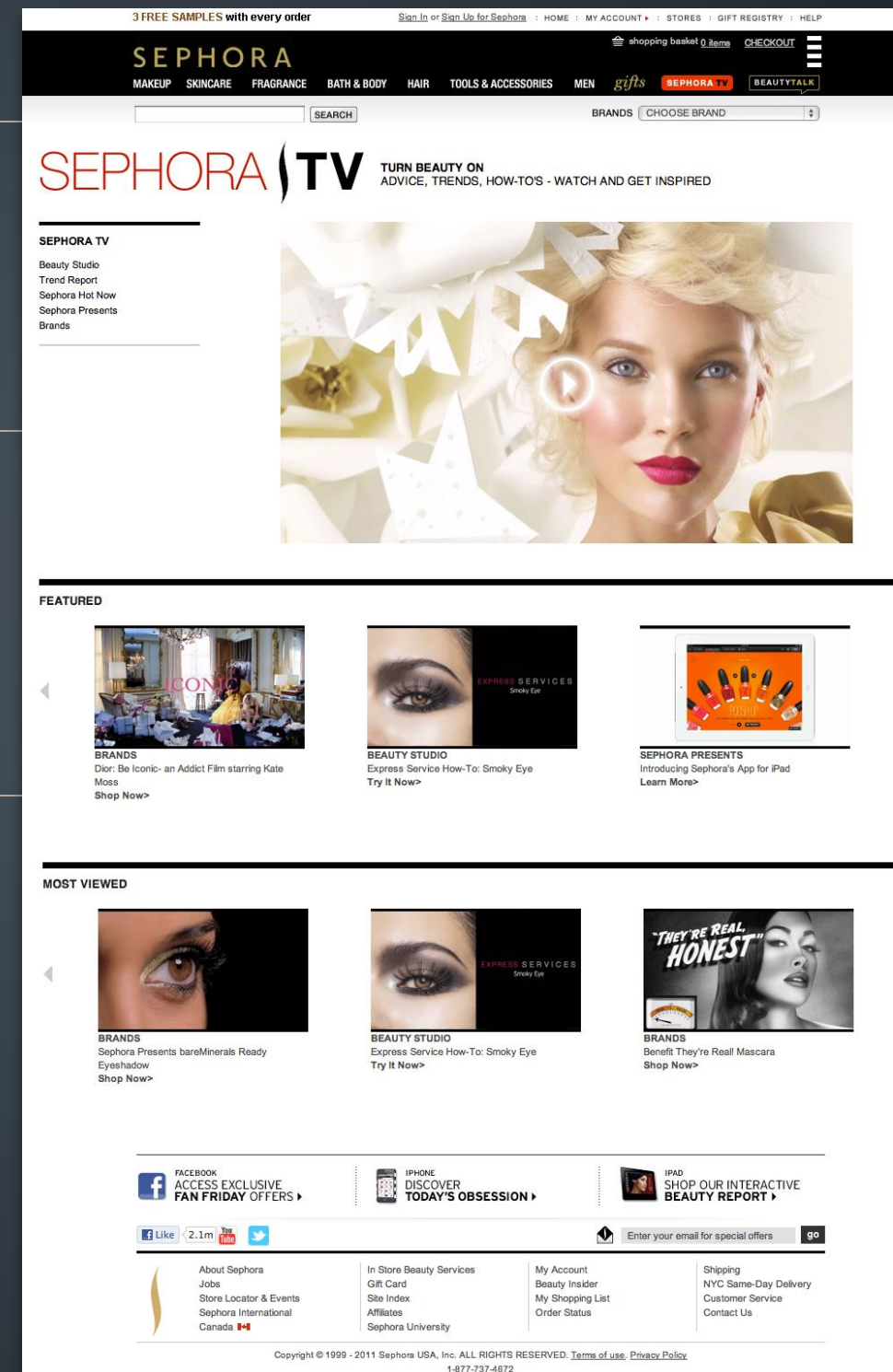
A Sephora queria criar uma experiência personalizada que agradasse e envolvesse os maiores fãs da marca.

SOLUÇÃO

O player personalizado da Ooyala reforçou a identidade visual da Sephora, encaixando nele o visual divertido, porém profissional, da empresa.

IMPACTO

- Os vídeos da Sephora foram assistidos 20.000 vezes ao redor do mundo, aumentando em 5X seu ROI. Os consumidores passaram a ficar mais tempo envolvidos a partir dos vídeos, com uma taxa de conversão de vendas de 87% gerada pelo canal da Sephora TV.



COMPARTILHE PARA O YOUTUBE E ALÉM.

DESAFIO

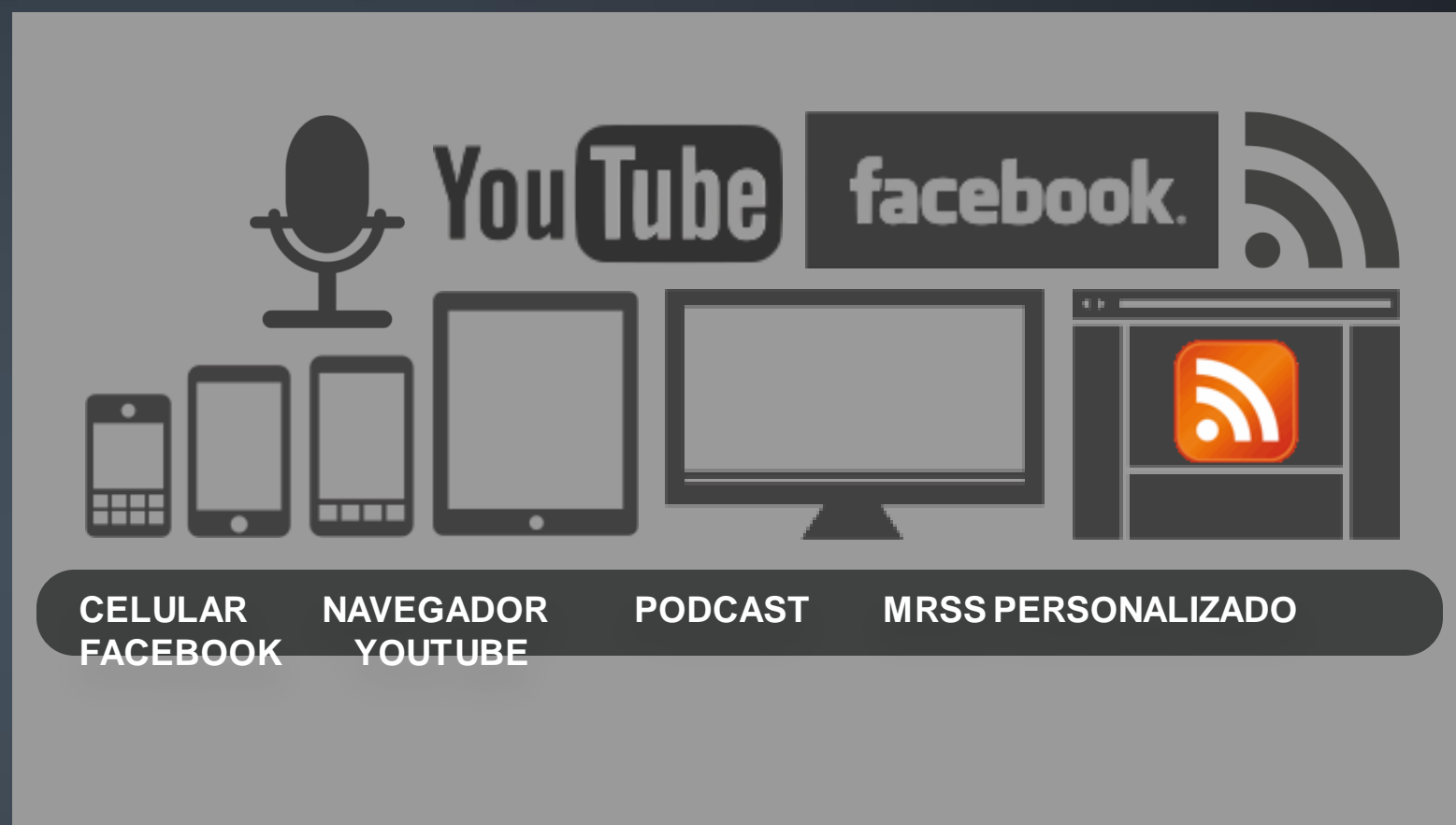
A Sephora queria usar o conteúdo já existente em seu canal no YouTube para desenvolver a Sephora TV.

SOLUÇÃO

O Sistema de administração de vídeo da Ooyala's simplificou a função de importar e exportar conteúdo do canal já existente da Sephora no YouTube.

IMPACTO

Os vídeos da Sephora foram facilmente repostados em vários sites, nos quais os fãs podiam achá-los e interagir com eles.





CRIANDO A MELHOR EXPERIÊNCIA PARA O VAREJO

VISÃO GERAL DA EMPRESA: Líder do mercado varejista de beleza, a Sephora oferece mais de 200 marcas e 13.000 produtos de alta qualidade, entre cosméticos de cuidado com a pele, fragrância, corpo, cor, etc. Sephora.com atrai aproximadamente 4 milhões de visitantes únicos por mês.

DESAFIOS/OPORTUNIDADE

A Sephora queria criar uma experiência global para a marca, uma porta de entrada para outros canais, como seu site de e-commerce e seu blog de beleza. Eles decidiram criar, então, a Sephora TV, com dicas de maquiagem, avaliação de produtos e tendências, que poderiam envolver seus consumidores e aumentar o patrimônio da empresa.

SOLUÇÕES

- O player da Ooyala equipou a Sephora com as tecnologias de adaptive bit-rate e carregamento simultâneo de vídeos, entregando reproduções consistentes e que carregam rapidamente.
- O player personalizado da Ooyala reforçou a identidade visual da Sephora, encaixando nele o visual divertido, porém profissional, da empresa.
- O Sistema de administração de vídeo da Ooyala's simplificou a função de importar e exportar conteúdo do canal já existente da Sephora no YouTube.
- Os relatórios analíticos rentáveis verificaram o envolvimento e compartilhamento dos usuários para descobrir os conteúdos com maior repercussão entre os clientes da Sephora.

IMPACTO

- Os vídeos da Sephora foram visualizados 20.000 vezes ao redor do mundo, aumentando em 5X seu ROI.
- Os consumidores passaram a ficar mais tempo envolvidos a partir dos vídeos, com uma taxa de conversão de vendas de 87% gerada pela Sephora TV.
- Os vídeos foram se expandiram para o YouTube e outros sites, onde os fãs conseguiam achá-los e aproveitá-los.