



LiveRamp et DISPLAYCE s'allient pour accroître la performance du ciblage des campagnes DOOH !

Communiqué de presse – le 20 mars 2018 – DISPLAYCE, 1^{ère} plateforme d'achat programmatique dédiée à l'affichage digital (DOOH) annonce sa collaboration avec LiveRamp, leader du data OnBoarding, société du groupe Acxiom. L'association de ces deux acteurs permet d'allier la richesse de la data et la flexibilité du programmatique pour affiner la qualification des panneaux digitaux au moment du ciblage des campagnes.

Grâce à cette collaboration, les annonceurs peuvent se connecter au DSP (Demand Side Platform) DISPLAYCE, sélectionner des critères socio-démographiques ou comportementaux issus d'Acxiom et activer cette cible sur les 35 000 panneaux digitaux de l'inventaire DISPLAYCE. La plateforme détermine ensuite tous les écrans les plus pertinents, qui permettront de toucher le cœur de cible tout au long de la journée. Cela marque une nouvelle étape dans le ciblage DOOH avec la possibilité d'activer directement une data commune et unique sur 85% des écrans digitaux français, qu'ils soient situés dans les centres commerciaux, la rue, les hôtels, les salles de fitness...

Grâce aux multiples connexions de LiveRamp, l'expert de la donnée Acxiom propose aux agences et annonceurs de réaliser leur ciblage grâce aux segments disponibles. Adultes seuls, en couple, jeunes urbains, couples des zones rurales, familles aisées, retraités en zones périurbaines. Autant de critères permettant pour les annonceurs une grande personnalisation pour un ciblage plus fin et un impact renforcé.

« C'est la première fois que nous distribuons des segments de datas sur le média DOOH. Le large inventaire et la technologie de DISPLAYCE sont très complémentaires de notre expertise et nous sommes ravis de cette collaboration qui semble déjà séduire bon nombre d'annonceurs, agences et traders. » précise Vihan Sharma, Managing Director de LiveRamp en France.

En janvier dernier, la marque de produits cosmétiques L'Occitane en Provence, a lancé une campagne mettant en avant son Best-Seller, la crème mains Karité. Une opération de Drive-to-Store qui ciblait les CSP+ dans toutes les grandes villes de France. *« Nous avons activé la data d'Acxiom via LiveRamp sur le DSP DISPLAYCE afin de ne diffuser notre campagne que sur les panneaux digitaux à proximité de notre cible et de nos boutiques. Une belle visibilité pour la marque. La campagne a généré plus de 6 millions d'impressions exclusivement auprès de notre cœur de cible. »* ajoute Camille Feuvrier, Responsable Acquisition et Media Online Europe chez L'Occitane.

« Notre collaboration avec LiveRamp nous permet d'apporter toujours plus de performance, d'innovation et de valeur aux actions marketing de nos clients. Nous sommes ravis d'avoir un partenaire mondialement reconnu et qui permet d'effectuer des ciblages ultra précis. Nos clients gagnent en pertinence grâce à la diffusion de leurs campagnes sur les écrans qui surpondèrent leur cœur de cible uniquement. » ajoute Marie Gaestel, VP Sales chez DISPLAYCE.

A propos de LiveRamp

LiveRamp™ se connecte à plus de 500 plateformes marketing digital et fournisseurs de données. LiveRamp aide les marketeurs à se débarrasser des silos de données et exploiter au mieux la valeur des outils digitaux qu'ils utilisent tous les jours. Via le CRM OnBoarding, nous unifions les sources de données dans l'ensemble des différents systèmes, afin de permettre aux marques d'avoir une vision globale du consommateur et d'optimiser les campagnes dans l'écosystème digital. LiveRamp est une société du groupe Acxiom respectant l'ensemble de la réglementation européenne en vigueur en matière de protection des données. Pour plus d'informations, visitez www.LiveRamp.fr

A propos de DISPLAYCE

Fondé en 2014 par Laure Malergue, Displayce est le 1er DSP dédié à l'affichage digital (DOOH). Dotée d'un large réseau de + de 35 000 panneaux digitaux, soit 85% du parc digital français, la plateforme d'achat programmatique permet aux agences et annonceurs d'acheter de manière automatisée et ciblée des espaces publicitaires sur les écrans digitaux situés en extérieur (dans les rues, stations essence, autoroutes,...) et en intérieur (dans les centres commerciaux, salles d'attente, salles de fitness...). Pour plus d'informations : www.displayce.com | Twitter : @displayce_media

Contacts presse

DISPLAYCE
Agence Madame de la Com'
Aurore Vinzerich - aurore@madamedelacom.com - 06.61.45.51.83

LiveRamp
Olivier Dansac – olivier.dansac@liveramp.com – 06.59.22.85.42