

Success story

Frenchbee 

# L'importance du contexte pour promouvoir les vols Frenchbee grâce au pDOOH

Propulsé par

 displayce

x







x



x



## CONTEXTE

# Promouvoir les offres de vols de Frenchbee auprès des voyageurs et des familles

Mise en œuvre d'une campagne DOOH programmatique d'une année ciblant les voyageurs en France et aux États-Unis, s'alignant de manière stratégique sur leurs contextes.

## PLAN

- **Période** : De février jusqu'au 31 décembre 2023
- **Audience**: Ciblage des familles, des aventuriers, des voyageurs et des individus intéressés par les pays voisins
- **Lieu** : dans les villes desservies par les vols de la compagnie



**17M**

Impressions



**8 370**

Écrans



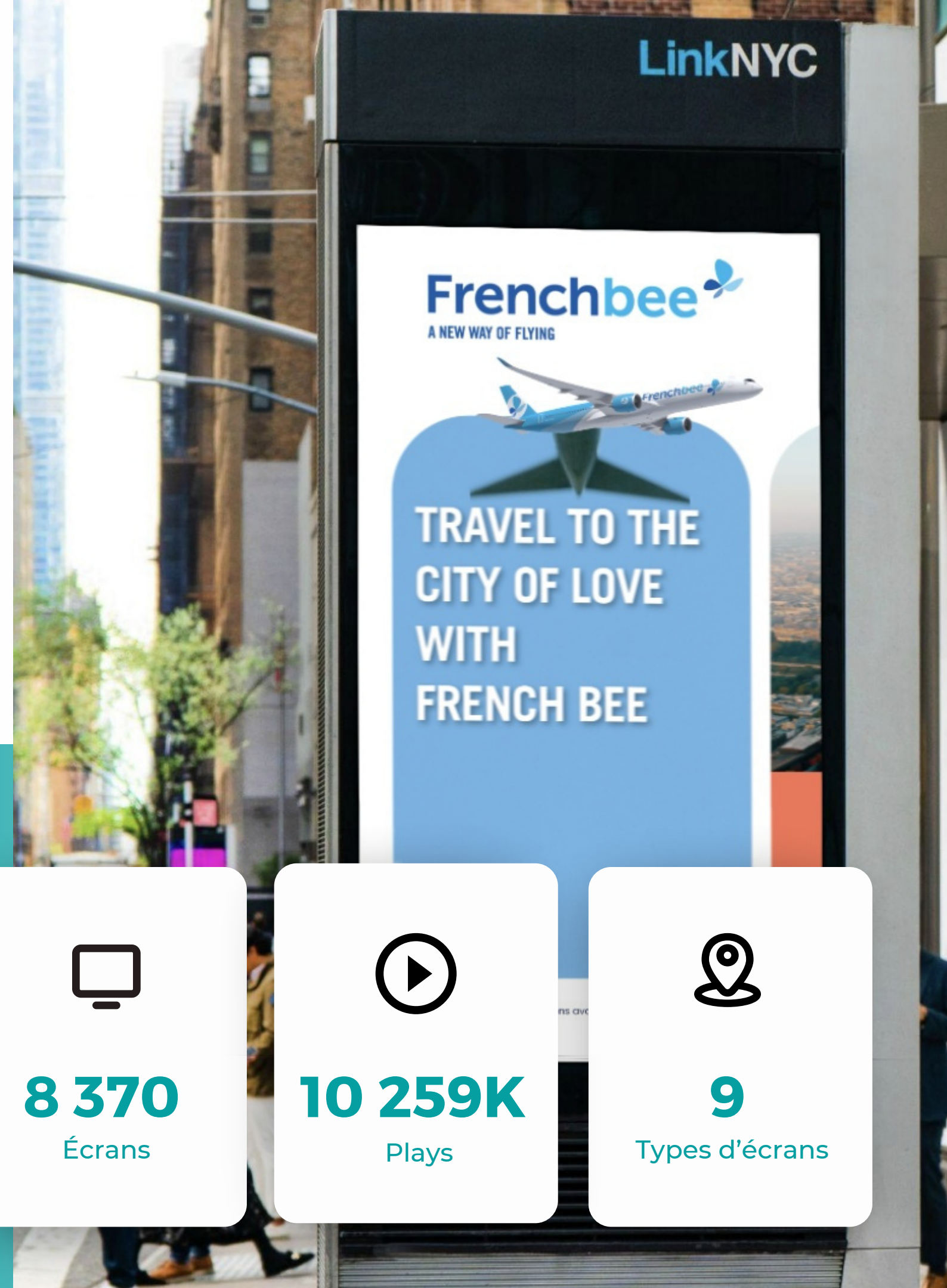
**10 259K**

Plays

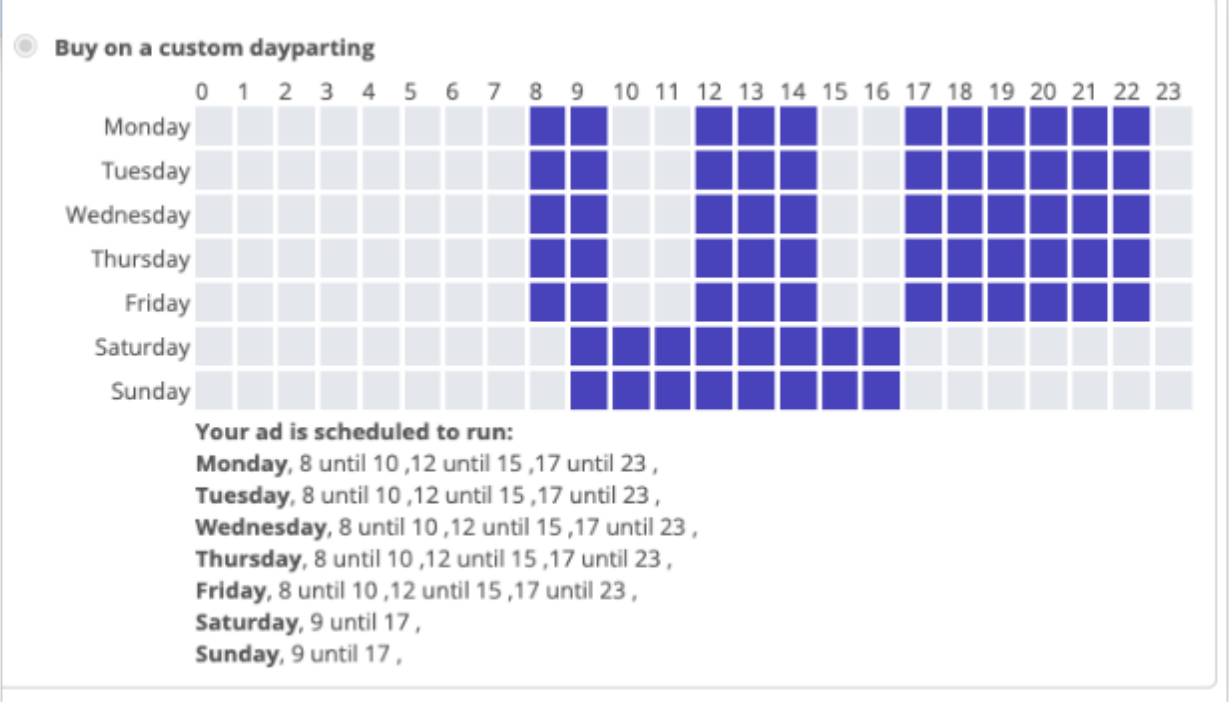
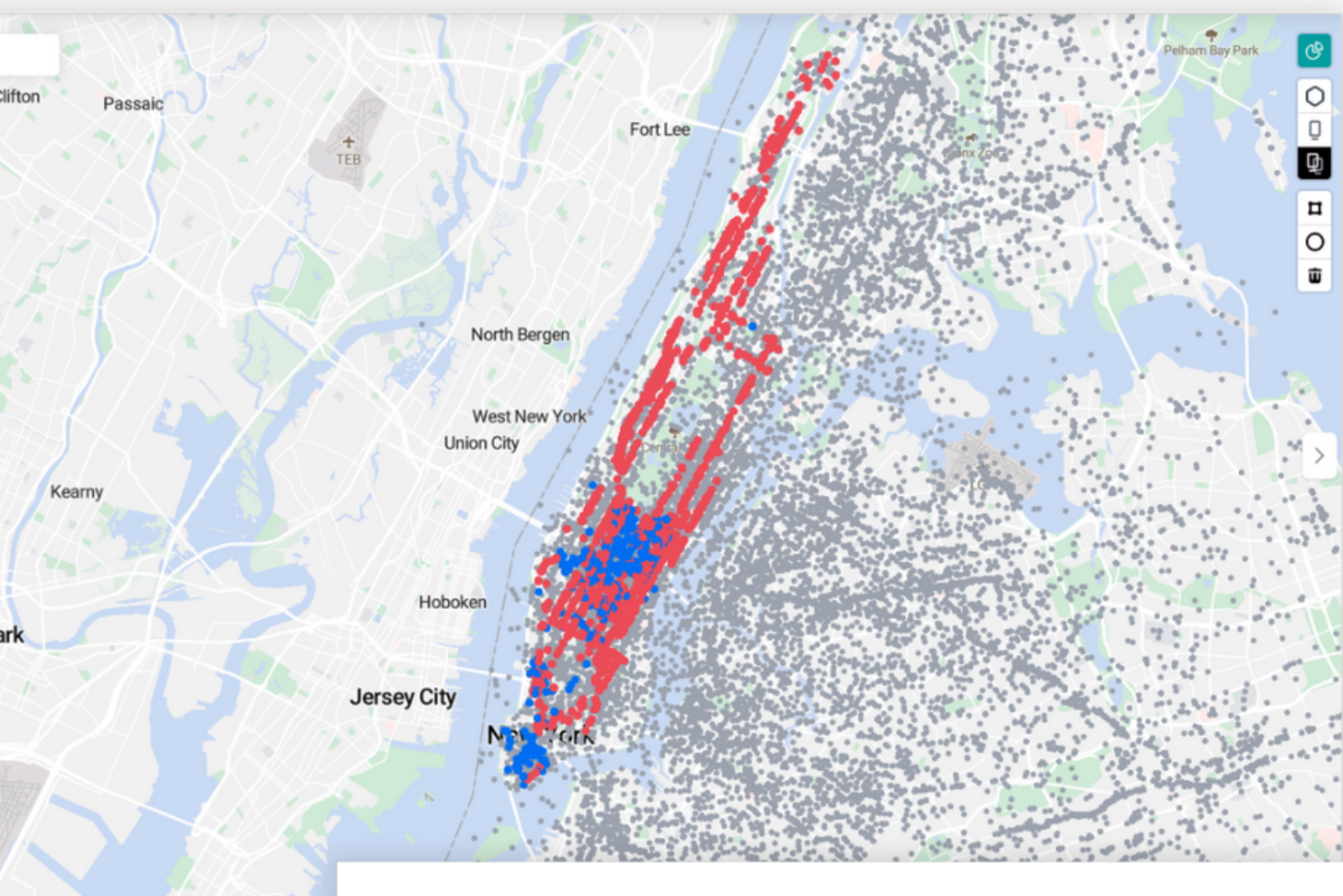


**9**

Types d'écrans







### STRATEGIE

# Cibler les pays de départ et d'arrivée pendant un an pour une portée maximale

## Dayparting personnalisé

- Diffusion à des horaires différents en fonction du type de lieu et de la ville
  - Par exemple, dans les aéroports de Paris : de 8h à 21h

## Creatives

- Creatives adaptées pour les cinq destinations proposées par Frenchbee : Paris, Miami, San Francisco, New York, Los Angeles

## Zones de diffusion

- Extérieurs, centres commerciaux, gares, métros, salles de sport, taxis, bureaux, épiceries et aéroports

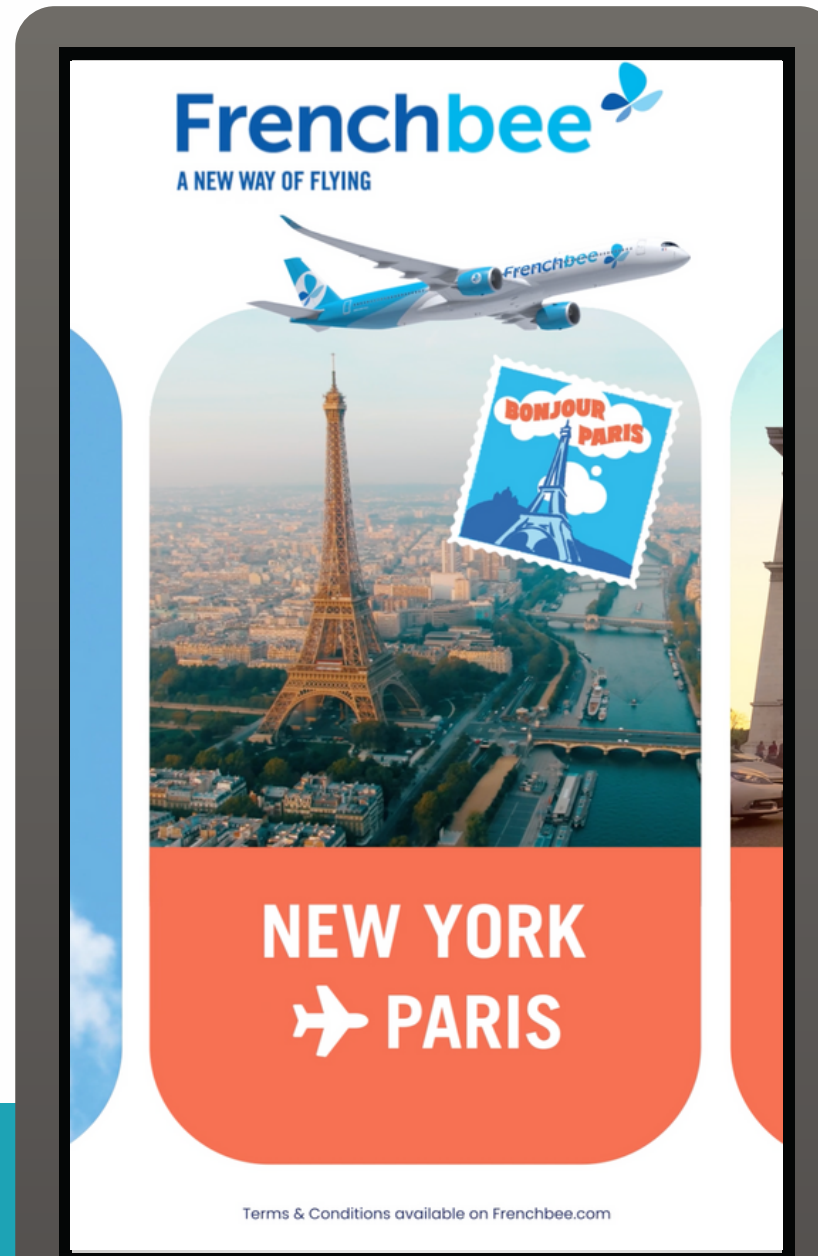
CREATIVES

# Creatives sur mesure en fonction des zones de diffusion

Miami



New-York



Paris



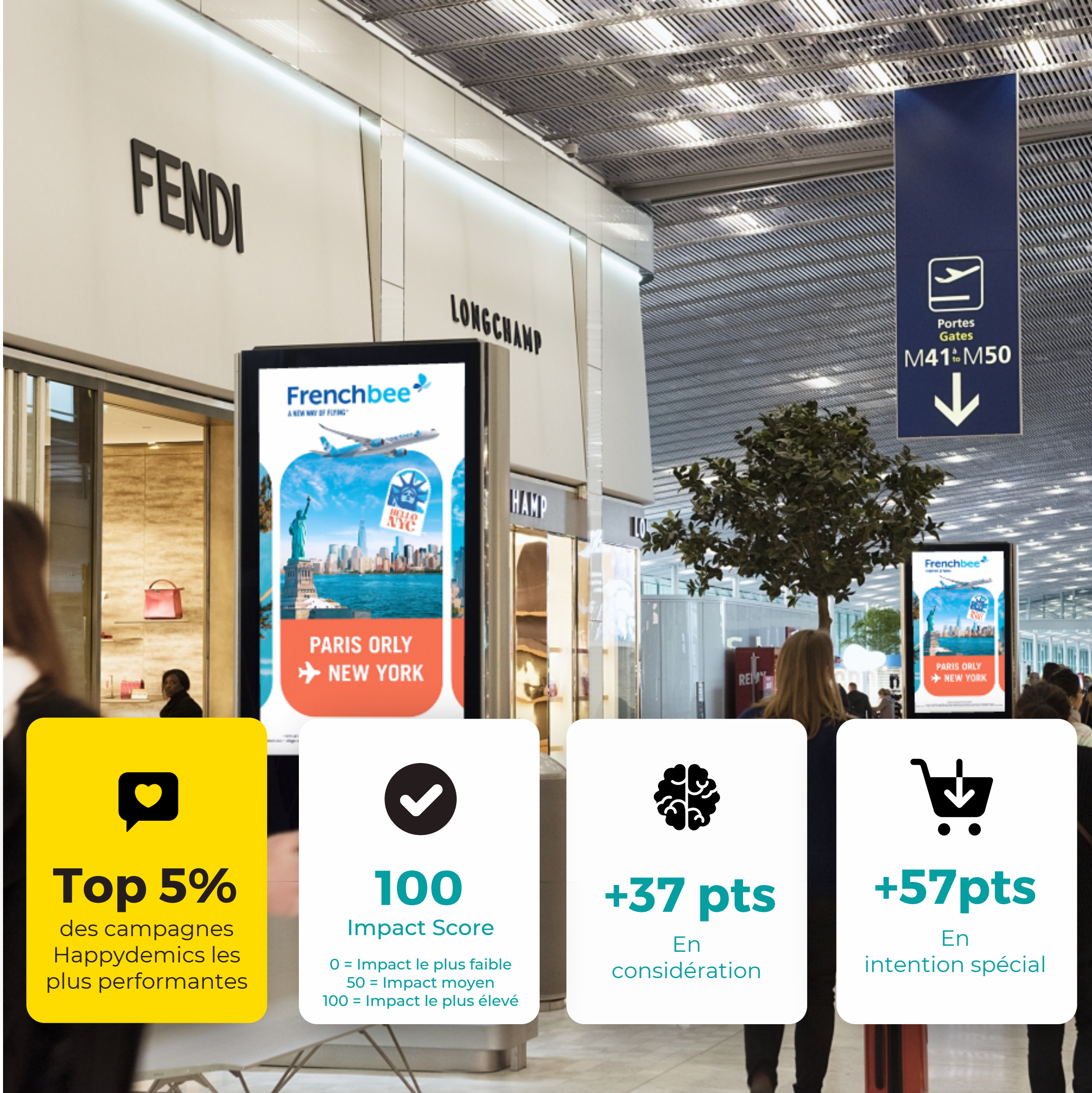




RESULTAT

# Une campagne pDOOH contextualisée renforce l'image de la marque et la considération

L'enquête programmatique mobile envoyée via Happydemics a été menée sur un mois durant une période stratégique, d'août à septembre, lorsque de nombreuses personnes sont en vacances et en déplacement. Cela a permis à Frenchbee de **réaliser une évaluation en milieu de campagne** et d'évaluer l'efficacité de celle-ci. La marque a connu une amélioration remarquable de l'**intention spéciale** et de la **considération** pour les achats futurs, ce qui lui a permis d'atteindre **le top 5% des campagnes les plus performantes** selon le benchmark Happydemics.



**Top 5%**

des campagnes Happydemics les plus performantes



**100**

Impact Score

0 = Impact le plus faible  
50 = Impact moyen  
100 = Impact le plus élevé



**+37 pts**

En considération



**+57pts**

En intention spécial