

Success story



Comment promouvoir JouezSport grâce à une stratégie pDOOH et en utilisant de la DCO ?

Propulsé par





CONTEXTE

Comment donner accès aux parieurs aux dernières cotes de matchs en temps réel ?

Ajustement du contenu créatif à la volée grâce au DOOH programmétique pour correspondre à l'évolution des cotes de paris, facilité par l'optimisation dynamique des créatives.

PLAN

- Une campagne étalée sur l'année 2023 avec 2 vagues différentes pour suivre les événements sportifs clés
- Pays de diffusion : Suisse
- Audience : parieurs sportifs

Diffusé avec :



neo advertising



7 020

Activation de la technologie DCO



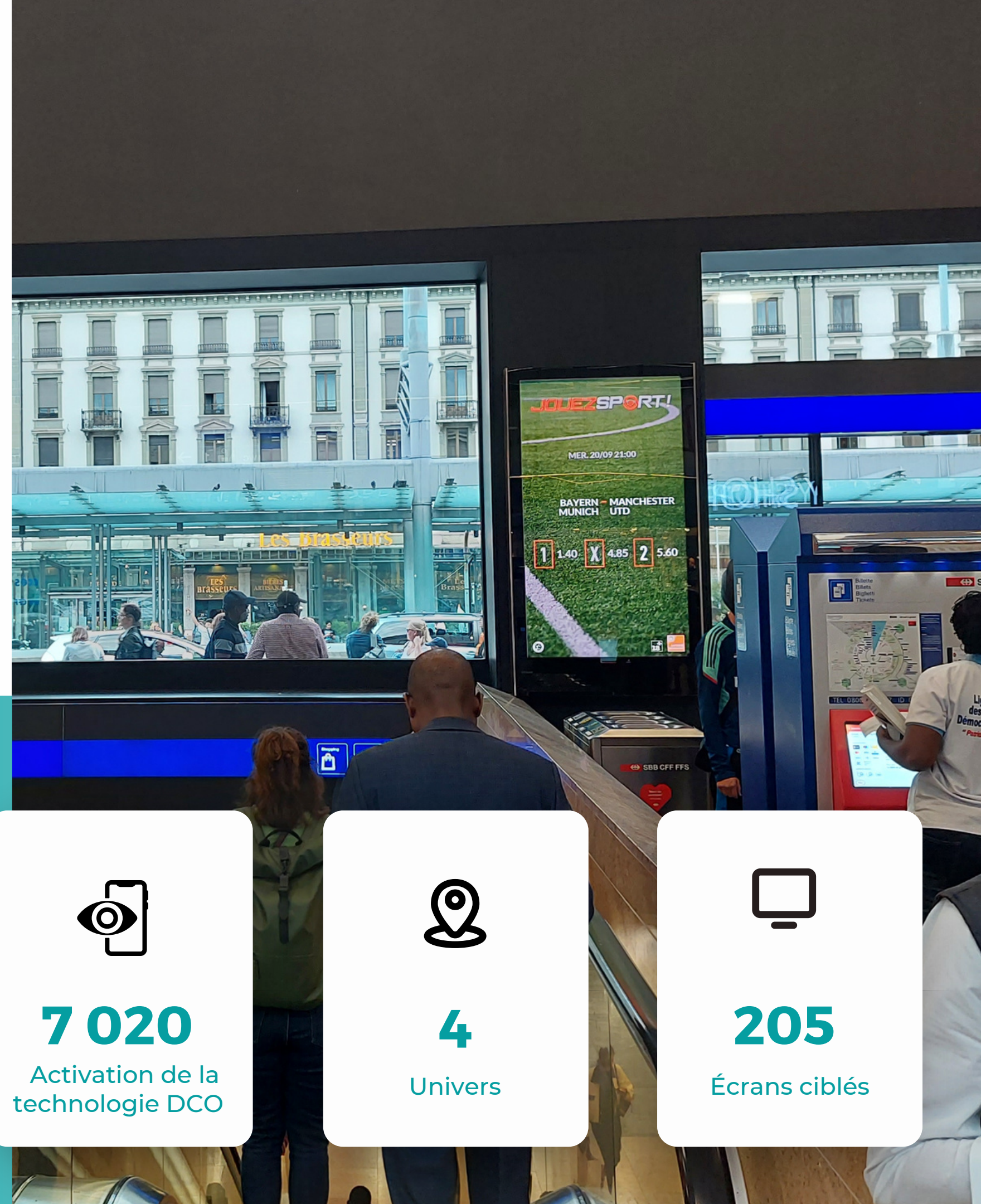
4

Univers



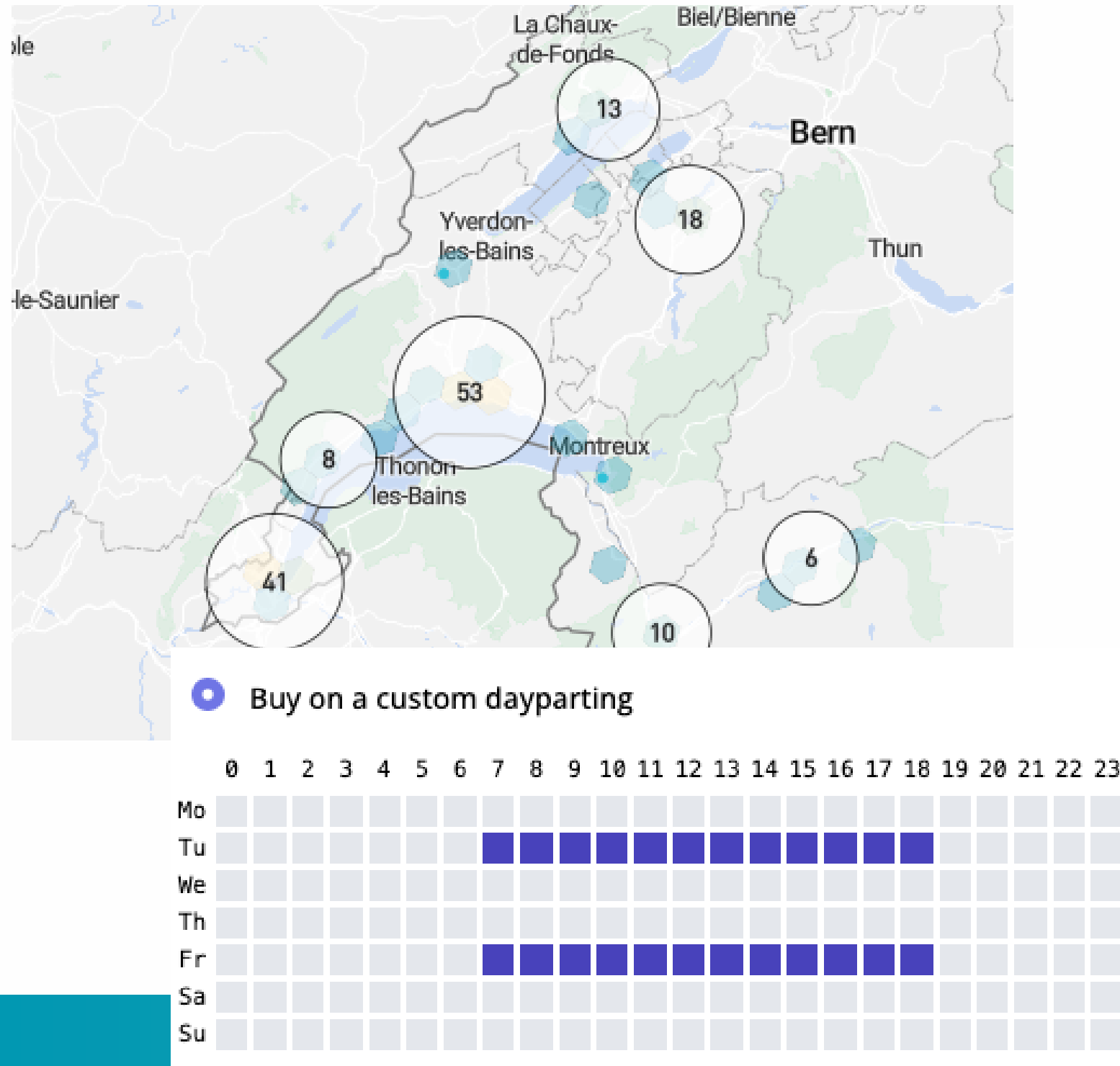
205

Écrans ciblés





Tirer parti du contexte et de l'environnement pour adapter les creatives en temps réel avec les informations sportives du moment



Utilisation de la DCO pour des ajustements en temps réel :

- Cotes de paris fluctuantes : les changements se font en quelques minutes.
- Éléments dynamiques : le match mis en avant, la date et l'heure de celui-ci, les équipes et les cotes
- Personnalisation et productivité améliorées : obtenues grâce à l'intégration du pDOOH.

Geo-ciblage

- Suisse Romande

Univers de diffusion

- Zones à fort trafic et hyper-locales : panneaux urbains, épiceries, gares et stations service

Diffusion en temps réel

- Diffusion exclusivement les jours de match avec les options de paris disponibles

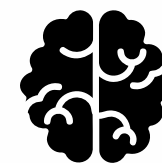
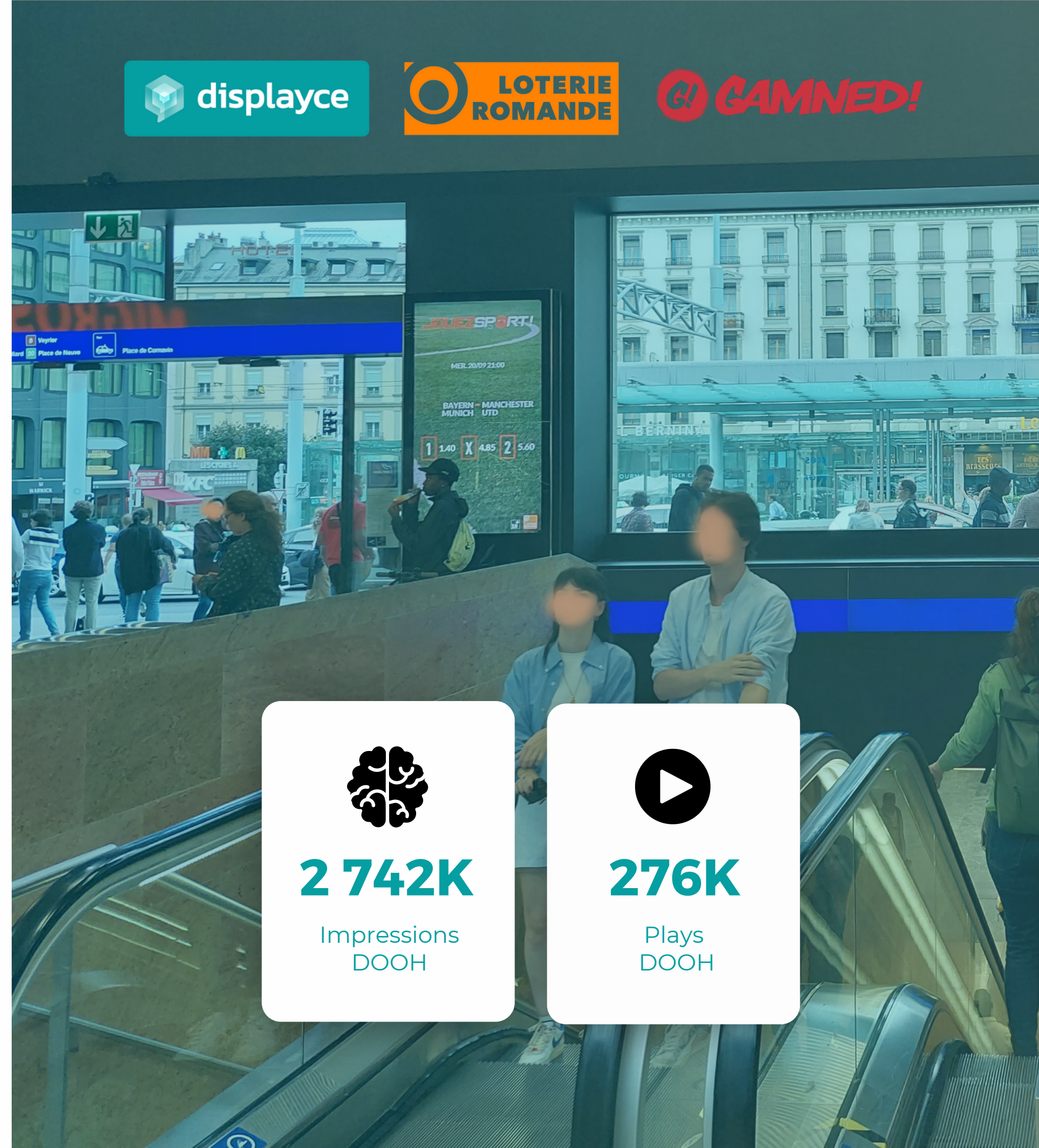
RESULTAT

Une campagne pDOOH combinée avec de la DCO offre flexibilité, personnalisation directe et créativité

“

L'affichage dynamique web et DOOH apporte un dynamisme à la marque et au produit. Les personnes en contact avec ces touchpoints ont une information en temps réel sur le match du jour et les cotes associées. Cela nous permet de sortir des campagnes branding, avec un message actualisé et un call-to-action pour les parieurs.

Caroline Thevenin, Marketing Group Product Manager,
Loterie Romande



2 742K

Impressions
DOOH



276K

Plays
DOOH