

Success story

Campanile

**Améliorer la notoriété
des hôtels Campanile
et générer de
nouveaux prospects
grâce au DOOH et au
retargeting mobile.**

Propulsé par



displayce

x

values.media





x



x



CONTEXTE

Cibler des profils loisirs et pro CSP+ dans leurs différents contextes : un segment peu familier avec l'offre Campanile

Utiliser le programmatic pour atteindre le public cible au bon moment au cours de leur journée

Période : Septembre à octobre - 2023

Ciblage : Autour des bureaux et des transports dans les principales zones d'activité (dans un rayon de 1 km)

Reciblage mobile avec Locala pour renforcer le message

Dayparting personnalisé : différent pour chaque type de lieu

Localisation : France

Types d'écrans : Bureaux, transports, centres commerciaux, stations service et proximité



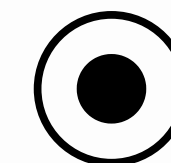
6

Media owners



2 724

Écrans



1 026

Emplacements



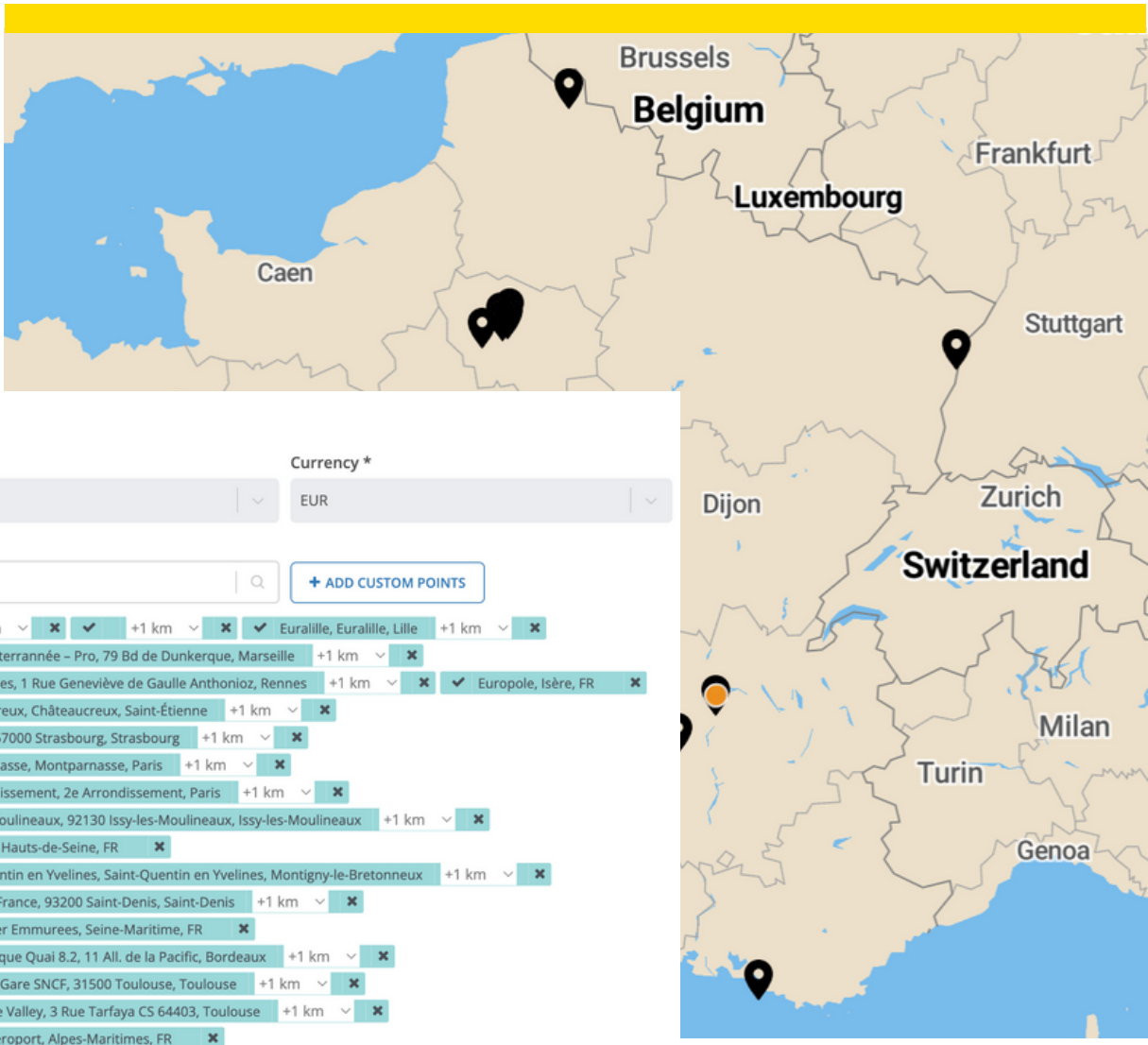
5

Types d'écrans



Baliser le chemin cible pour favoriser la répétition

Ciblage de 17 lieux stratégiques en DOOH et mobile autour des transports et des zones d'activité avec une rotation de 4 créatives.



Ciblage DOOH

Transports

Ciblage spécifique des transports dans les principaux centres d'affaires français (ex : Paris (La Défense), Lyon (La Part Dieu), Marseille, etc.)

Tout affichage/format disponible dans un rayon de 1 km autour des centres

Bureaux

Un dispositif toutes entreprises via l'offre ECN (Paris, Lyon)

Stations essence, centres commerciaux & proximité

Dans un rayon de 1km autour des centres d'affaires

Diffusé via :

JCDecaux

ECN

Clear Channel

media transports
Pour une publicité utile

VIOOH

DOOHYOU LIKE

fill up media

STRATEGIE - MOBILE

Et cibler les utilisateurs exposés au DOOH sur mobile

Pour amplifier le message DOOH et créer une répétition.



Cadre de diffusion sur des emplacements 100% premium



RESULTATS

Augmentation significative de la portée grâce à un ciblage efficace basé sur la répétition DOOH et le retargeting mobile.

La combinaison de la portée et de l'impact créatif de la publicité extérieure avec l'interactivité, le ciblage et les capacités de mesure de la publicité mobile a permis d'accroître la notoriété et la considération de la marque. Combiner la portée DOOH one-to-many avec l'engagement personnalisé d'une personne sur un téléphone portable est une stratégie fructueuse.



10M

Impressions
DOOH



599K

Impressions
mobile



18K

Clicks en
retargeting



+58%

de reach via le
mobile

