

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 à bas coût 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



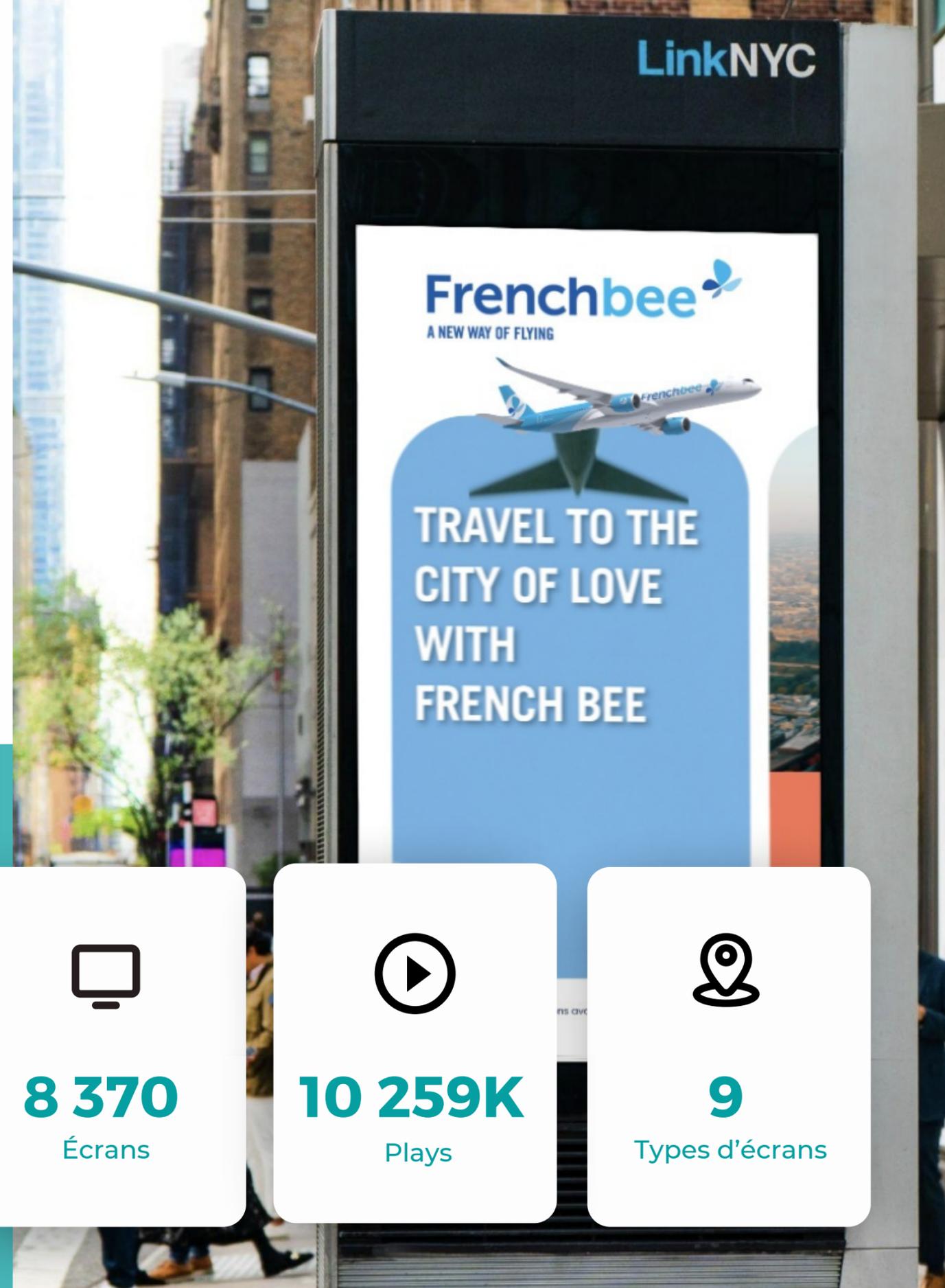
10 259K

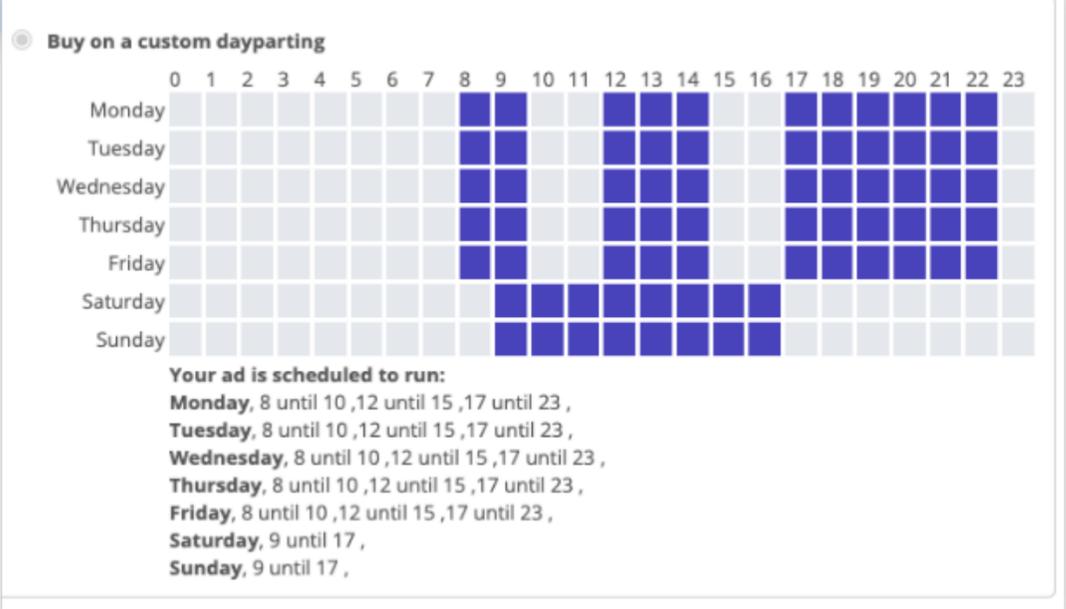
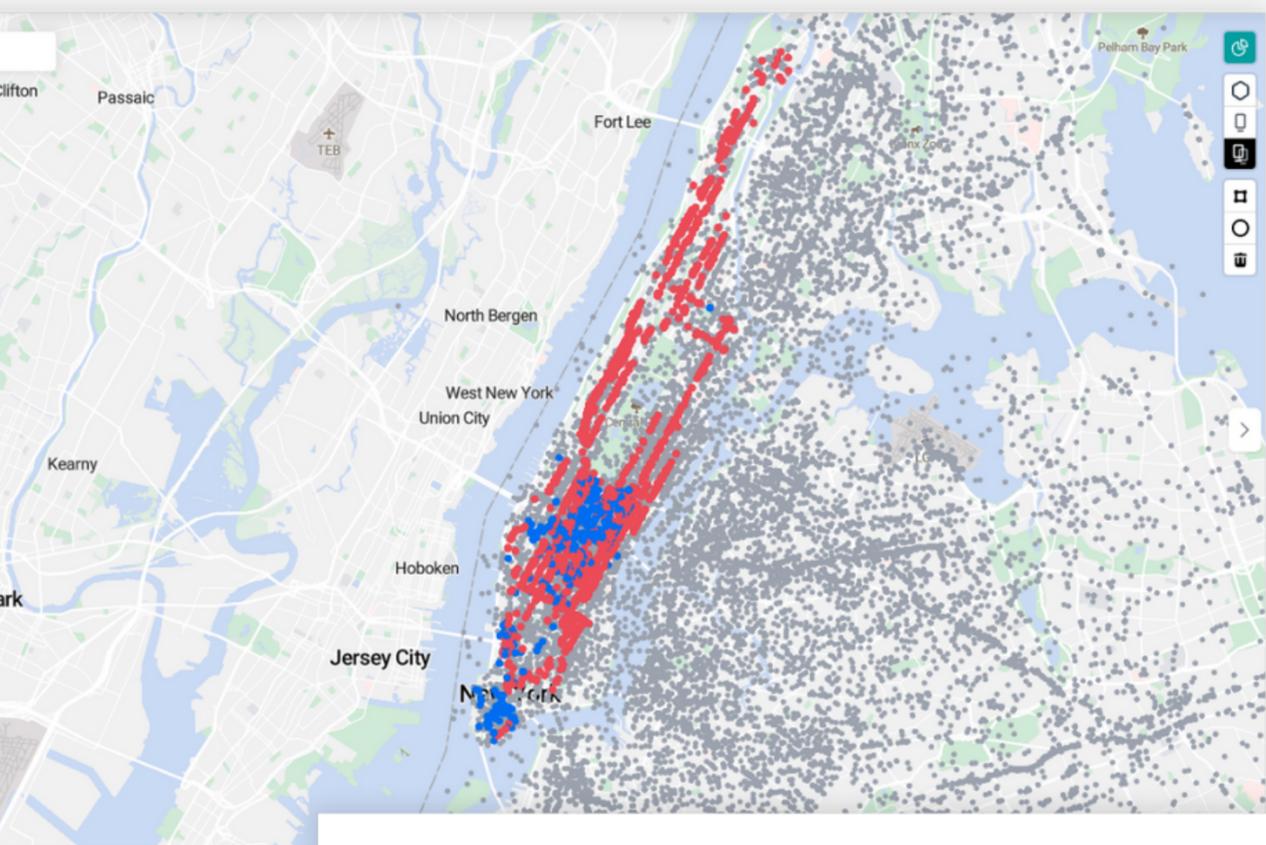
Plays



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, épicerie et aéroports

Difusé avec :



CREATIVES

Creatives sur mesure en fonction des zones de diffusion

Miami

A vertical advertisement for the Miami to Paris route. At the top is the Frenchbee logo with the tagline "A NEW WAY OF FLYING". Below is a Frenchbee airplane flying over a Paris scene featuring the Eiffel Tower and a boat on the Seine. A postcard graphic with the Eiffel Tower and the text "BONJOUR PARIS" is overlaid. The bottom section is a red rounded rectangle with the text "MIAMI" and "PARIS" separated by an airplane icon. At the very bottom, it says "Terms & Conditions are available on Frenchbee.com".

New-York

A vertical advertisement for the New York to Paris route. It features the Frenchbee logo and tagline at the top. The main image shows a Frenchbee airplane flying over a Paris scene with the Eiffel Tower and the Seine. A "BONJOUR PARIS" postcard graphic is overlaid. The bottom red section contains the text "NEW YORK" and "PARIS" with an airplane icon. The footer includes "Terms & Conditions available on Frenchbee.com".

Paris

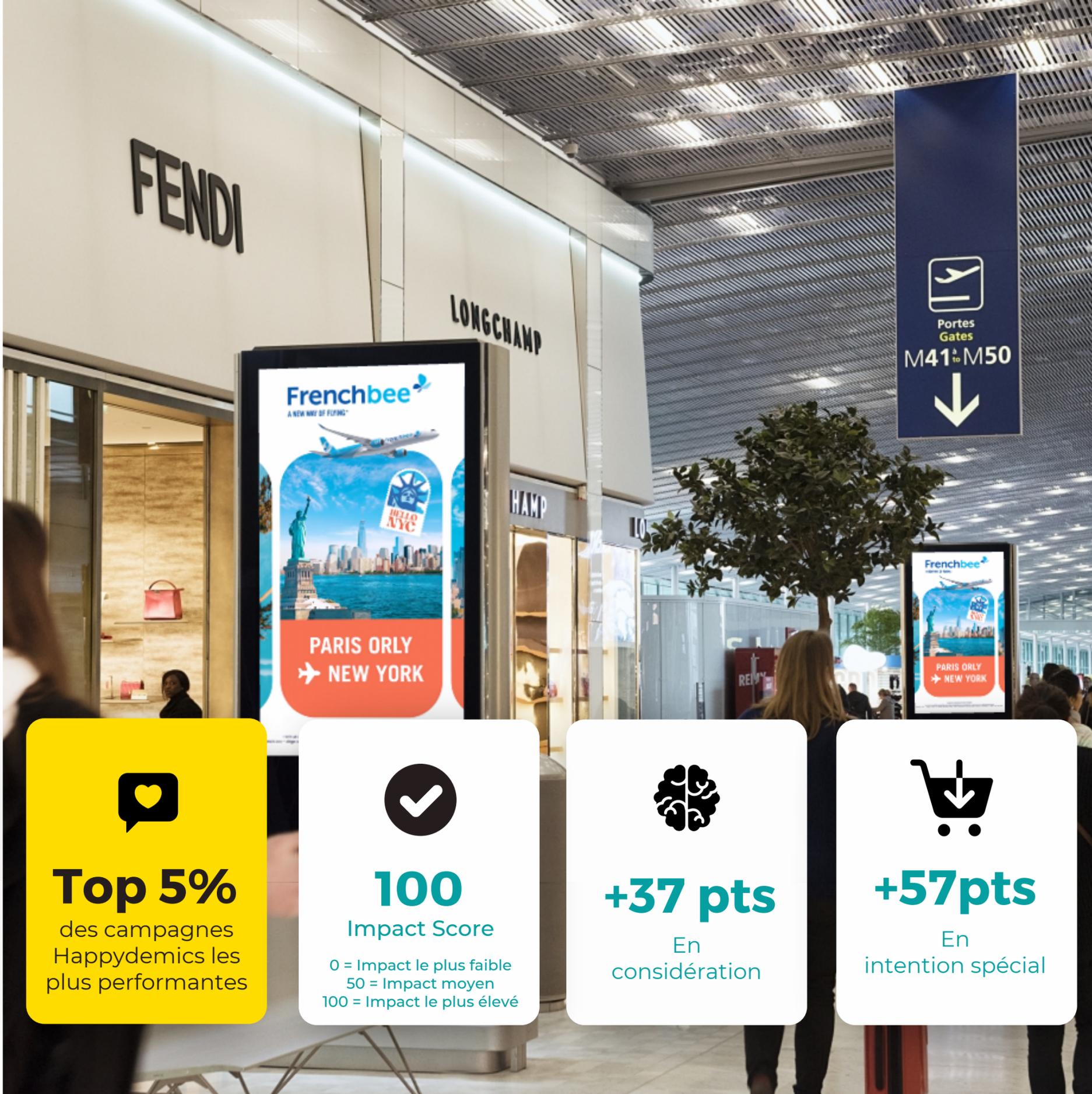
A vertical advertisement for the Paris to Los Angeles route. It features the Frenchbee logo and tagline at the top. The main image shows a Frenchbee airplane flying over a Los Angeles cityscape. A circular graphic with a sun and the text "HELLO LOS ANGELES" is overlaid. The bottom red section contains the text "PARIS ONLY" and "LOS ANGELES" with an airplane icon. The footer includes the text: "*Une nouvelle façon de voyager. Tarifs et conditions tarifaires disponibles sur frenchbee.com et dans nos points de vente. French bee - siège social ACTIPOLE 85 BELLEVILLE-SUR-VIE 85 170 BELLEVIGNY - RCS La Roche sur YON 520 168 030."



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