

Client story

Maison 123
PARIS

Grenadine
AGENCE DE COMMUNICATION

Maison 123

Campagne pDOOH

Attirer les clients dans les boutiques Maison 123 en mettant en avant leur nouvelle collection grâce au ciblage géographique et au DOOH programmatique

- **Emplacement:** Partout en France, dans les villes où se trouve une boutique Maison 123
- **Période:** Du 2 avril au 6 mai 2025
- **Types d'écrans:** Panneaux urbains, gares, métros, bureaux, centres commerciaux



1 704k

Impressions



71k

Plays DOOH



1 454

Écrans DOOH

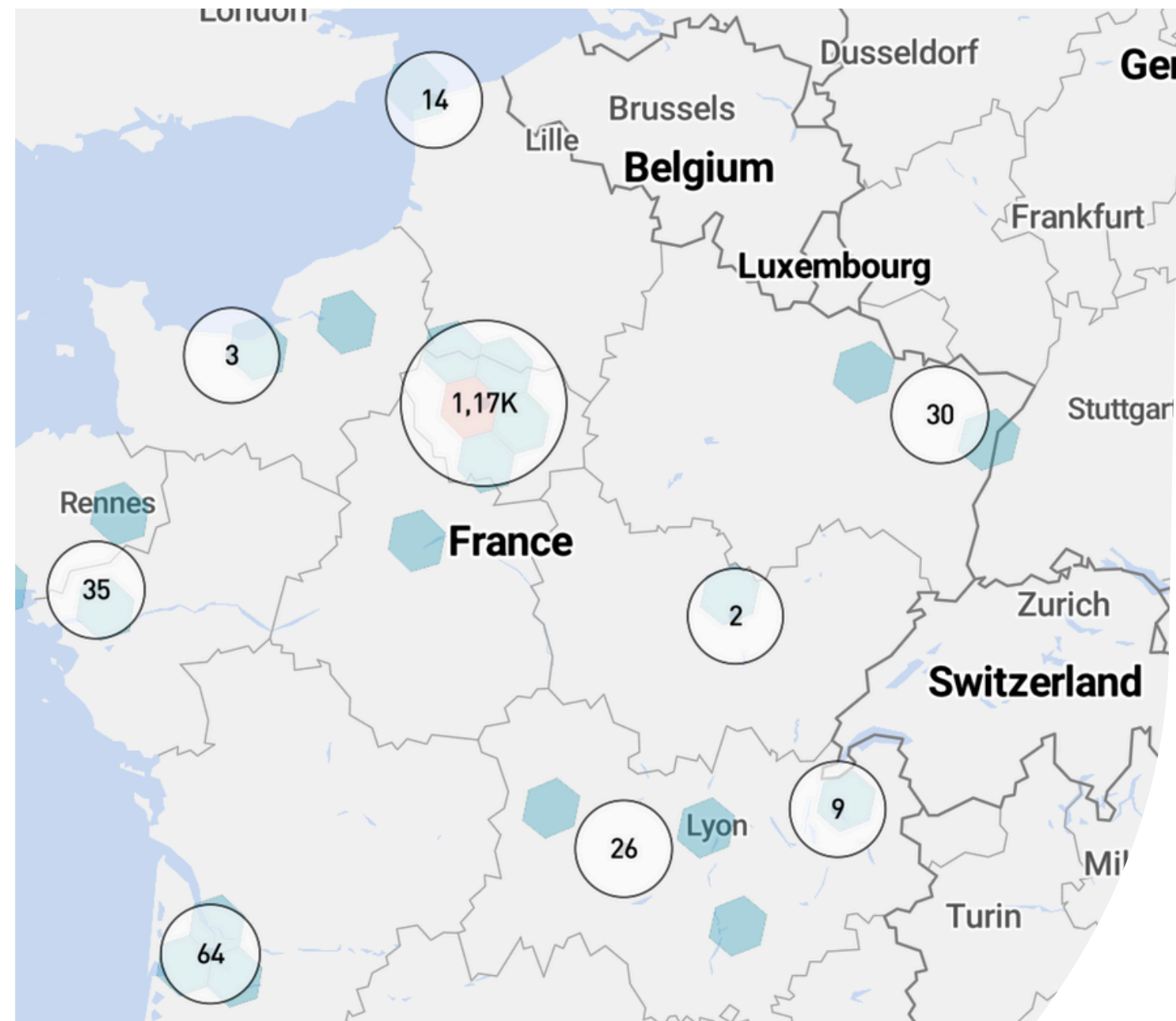


631

Points
d'intérêt



Toucher les consommateurs potentiels directement autour des boutiques Maison 123



Impression-based data targeting - [Learn more](#)

FR / Adsquare / Interests / Shopping / Fashion / Fashion Lovers

Boost reach ⓘ

Recommended ⓘ

Boost audience
concentration ⓘ

Données d'audience

- Activation d'un segment d'audience "fashion lovers" pour assurer la présence de l'audience cible afin de maximiser l'impact de chaque diffusion.

Ciblage géographique

- Optimisation de la couverture globale en sélectionnant des écrans à 1km autour des boutiques Maison 123.
- Un total de 92 boutiques à travers la France a été couvert.

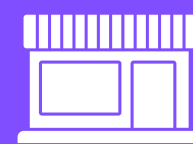
Creatives

- Deux creatives vidéo dynamiques et attrayantes ont été diffusées, chacune conçue pour capter l'attention et renforcer l'identité de marque.

RESULTATS

Augmenter les visites en magasin et l'attribution grâce au ciblage des boutiques et aux données d'audience

Les résultats recueillis par l'étude Brand Lift de Happydemics révèlent une augmentation significative de la notoriété des points de vente Maison 123. En diffusant stratégiquement à proximité de leurs boutiques en continu, la marque a réussi à générer une **forte hausse de l'intention de visite en magasin** chez les personnes exposées. L'étude a également mis en évidence une **augmentation notable de la considération de marque**, démontrant l'efficacité du ciblage et des creatives. Enfin, en touchant des consommatrices déjà intéressées par la mode grâce aux données d'audience, Maison 123 a **renforcé l'attribution à la marque**.

**Top 25%**

des campagnes en notoriété des points de vente par rapport au benchmark

**Top 30%**

des campagnes en intention de visite en magasin

**+25pts**

en considération

**+47%**

d'attribution

