

MIX DOOH

Levier d'attention et d'engagement pour les marques, ce média combine l'émergence et la visibilité de l'affichage traditionnel, et la contextualisation en temps réel. Il permet de :



- 1 CAPTER**
l'attention des consommateurs sur sa zone de proximité
- 2 ÊTRE PRESENT**
sur le parcours quotidien de ses clients
- 3 CIBLER**
une audience adaptée

#1 Un média intégré dans le quotidien des français



+ de 56 000 écrans DOOH en France²

Des écrans dans les transports, dans la rue, les centres commerciaux, les commerces, les pharmacies, les salles de sport, les brasseries, les cinémas, les buralistes, les stations-services...

#2 Un média en pleine croissance

2013

X3

des dépenses publicitaires DOOH entre 2013 et 2019³

2020

44%

des Français se souviennent d'avoir vu une publicité numérique extérieure au cours des 7 derniers jours.⁴

2024

X2

des dépenses publicitaires DOOH qui vont doubler d'ici 2024.⁴

84%

des Français sont plutôt favorables à la publicité numérique extérieure, notamment pour la qualité des messages et l'impact visuel.⁴

#3 Une intégration pertinente dans les stratégies de notoriété et de performance



Flexibilité/ciblage granularité dans le temps et l'espace

Impact immersive, interactif, expérientiel

Apprécié des Français

Brand Safe⁵ un univers maîtrisé et visible

Créativité contenus contextualisés

Complémentarité avec le mobile

- **Fonctionnement programmatique**
- **Personnalisation en temps réel des publicités** (en fonction de la météo, l'heure de la journée, le trafic ou les événements locaux)
- **Diffusion dans des espaces publics**
- **Critères de ciblage:**
 - Géolocalisé (au code postal)
 - Sociodémographiques (CSP +, famille, éco-friendly etc. de la zone de l'écran)
 - Typologie d'écrans (transport, outdoor, retail)



#4 Créer des synergies et des complémentarités

- Coupler les leviers DOOH (digital out of home) avec un Imprimé Publicitaire ou et/ou du mobile pour augmenter l'impact des activations et couvrir tout le parcours d'achat des consommateurs
- Augmenter la considération à la marque
- Découpler l'impact des campagnes grâce au retargeting cross-device

Imprimé publicitaire



+



Display mobile

+



Informez vos consommateurs sur votre offre et / ou sur les promotions en cours, à domicile pour un tête à tête privilégié avec vos offres;

Capter l'attention sur le mobile lors de la présence du consommateur sur votre zone de proximité, à des moments clés pour votre point de vente

Proposez à vos clients de renforcer encore plus l'effet notoriété de l'imprimé publicitaire au niveau national :

- En touchant les individus moins réceptifs à la publicité en boîte-aux-lettres
- En exploitant le trafic de passage pour maximiser les points de contacts sur les zones urbaines
- En complétant la visibilité en intérieur de l'IP avec la visibilité en extérieur du DOOH

Permettre à vos clients de suivre et booster les performances de votre DOOH :

- Suivez les clients touchés par le DOOH sur leur parcours d'achat
- Soyez les premiers à proposer du DOOH en drive to store grâce au display mobile
- Touchez les consommateurs tout au long de leur parcours d'achat

37%

des personnes exposées à un imprimé se sont rendus en magasin⁶

70%

des utilisateurs ayant reçu une communication géolocalisée sur mobile se sont rendus dans le point de vente⁷

29%

des personnes exposées à un imprimé ont l'intention de se rendre dans un magasin⁶

29%

des consommateurs sont influencés par les promos mobiles basées sur la géolocalisation⁸

#5 Un parcours clients drive-to-store

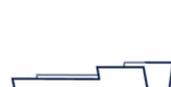
1



EXPOSITION PUB

Nous diffusons la publicité sur la localité ciblée.

2



COLLECTE DE DONNEES

Notre partenaire collecte les données des utilisateurs exposés à la publicité



3

VISITE EN MAGASIN

Un consommateur se rend en point de vente physique.



4

MESURE

Les données collectées sont transmises à notre partenaire en temps réel.



5

ATTRIBUTION

Les données des visiteurs physiques sont comparées et attribuées à celui des utilisateurs présents dans le groupe des exposés d'une campagne.

#6 Les points forts du DOOH

Créer du trafic en magasin

L'optimisation de vos campagnes en temps réels en fonction de la réactivité, du nombre de vie et du taux de clics.

Cibler les clients à fort potentiel de façon très fine et de comportements d'achats sur votre zone de chalandise.

Un accompagnement par notre équipe d'experts

Combiner la puissance de l'imprimé publicitaire et l'immédiateté du digital sur des formats adaptés, grâce à Geodisplay Apps

¹Digital out of home : publicité extérieure numérique ; ²Guide DOOH What's the Shop ; ³Rapport IAB Europe Février 2020 - Magna ; ⁴eMarketer, octobre 2020 ; ⁵Brand Safe : Sécurité des marques ; ⁶Etude BALmétrie Ipsos 2023 ; ⁷Communications : sms, e-mail, publicité sur site ou application, notification via une application ; ⁸Livre blanc Drive to Store ad4s