

La Recette de Campagne Retail

Un blueprint DOOH programmatique pour les lancements de produits en retail.

Idéal pour : Lancements de nouveaux produits en retail **Canal :** DOOH programmatique

INGRÉDIENTS

Ce qui compose cette campagne



Objectif

Notoriété et essai d'une nouvelle ligne de produits au lancement.



Audience

Adultes de 25 à 45 ans dans un rayon défini autour des magasins participants, ainsi que les acheteurs intéressés par la catégorie à proximité.



Media mix

DOOH programmatique dans les environnements retail et transit, combiné à du retargeting display.



Emplacements

Centres commerciaux, retail parks et axes de transit desservant ces zones de chalandise.



Ciblage

Sélection des villes, POI retail, bursts par heure de la journée et déclencheurs météo si pertinent.

LE RÉSULTAT

Comment le succès est mesuré

Trois KPI à suivre, du plus large au plus spécifique.

PORTÉE

Portée dans la zone de chalandise des magasins.

TRAFFIC EN MAGASIN

Hausse du trafic en magasin, mesurée avec Adsquare.

VENTES

Hausse des ventes, lorsque mesurable.

UNE REMARQUE SUR CETTE RECETTE

Utilisez ceci comme modèle de départ, pas comme un plan média figé. L'objectif, l'audience et la zone de chalandise de votre lancement doivent toujours façonner le mix final.