



# Étude de Cas 01

CATÉGORIE PRODUITS ÉLECTRONIQUES PÉRIODE T1 2024 PLATEFORME: RÉSEAUX SOCIAUX - META

PUBLICIS ID

## LE DÉFI

Pour le lancement d'un nouveau produit assorti d'un calendrier promotionnel, une sensibilisation de masse et une activation rapide sont essentiels. Atteindre le plus grand nombre possible de nouveaux clients potentiels et de fans de la marque peut faire ou défaire le succès et déterminer l'avenir de la durée de vie d'un produit en magasin. Ce lancement n'a pas dérogé à la règle. S'il est important d'attirer l'attention du plus grand nombre, il est primordial de trouver les personnes les plus susceptibles d'être intéressées et d'acheter pour atteindre les objectifs commerciaux ambitieux du client. L'équipe cherchait de nouveaux moyens d'atteindre de nouvelles audiences sur des plateformes populaires et éprouvées.

## LA SOLUTION PUBLICIS ID

Notre solution d'audience adressable Publicis ID nous permet d'utiliser des signaux numériques conformes à la protection de la vie privée en dehors des audiences traditionnelles disponibles dans les jardins clos des plateformes des géants de la technologie. Nos équipes peuvent créer des audiences adressables sur mesure à partir de zéro en utilisant les points de données les plus pertinents pour leurs audiences stratégiques. En donnant à nos équipes planification et stratégie les moyens de constituer leurs propres audiences activables, nous pouvons atteindre beaucoup plus de consommateurs à forte valeur ajoutée que nos clients cherchent justement à atteindre.

## LES RÉSULTATS

Grâce à Publicis ID, nos équipes ont pu créer deux groupes d'audience de niche très recherchés que le client ne pouvait pas cibler auparavant sur la plateforme. En incluant les segments d'Publicis ID dans la campagne sociale globale, notre client a pu augmenter la portée générale de la campagne et, finalement, générer des taux d'engagement plus élevés.

+49%

D'AUGMENTATION  
DE LA PORTÉE

+24%

DE TAUX DE VUES  
COMPLÉTÉES VS LES  
AUDIENCES STANDARDS

+330%

DE VISITES EN PLUS SUR LE  
SITE PAR RAPPORT AUX  
AUDIENCES STANDARDS

+238%

D'ACTIONS DE CONVERSION EN  
PLUS PAR RAPPORT AUX  
AUDIENCES STANDARDS



# Étude de Cas 02

CATÉGORIE: PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION

PÉRIODE T1 2024

PLATEFORME: RÉSEAUX SOCIAUX - META



## LE DÉFI

La période des fêtes apporte joie, festivités et un marché publicitaire encombré où les marques de toutes catégories se disputent la part de voix et de portefeuille. Les marques de produits de grande consommation (PGC), qui font de la publicité pendant la majeure partie de l'année, ressentent la pression des fêtes, car les tactiques doivent être intensifiées pour obtenir des résultats similaires à ceux des neuf autres mois de l'année. Avec des stratégies de marketing intégrales désormais en place, il est impératif d'aller au-delà des impressions pour stimuler les indicateurs clés de performance (KPIs) de considération et encourager la conversion en magasin.

## LA SOLUTION PUBLICIS ID

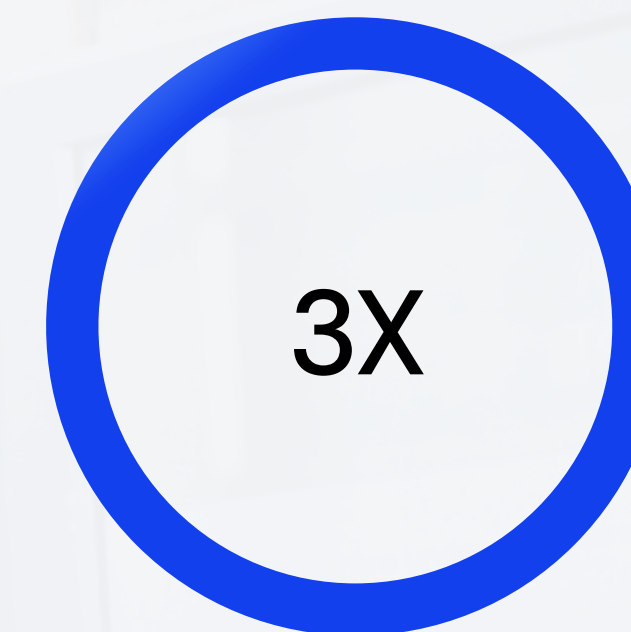
Notre solution Publicis ID pour les audiences adressables, conforme à la protection de la vie privée, permet à nos planificateurs et acheteurs de créer des cibles qualifiées sur mesure qui peuvent être utilisées à la fois sur les réseaux sociaux et les canaux numériques programmatiques. Publicis ID est composé de divers ensembles de données canadiennes fiables, fusionnant des données démographiques, psychographiques et comportementales au niveau des répondants, ainsi que des données géo-polygones, des identifiants d'appareils, et bientôt des données de propension de dépenses transactionnelles. Cette matrice de données unique et propriétaire nous permet de cibler avec précision les audiences cibles de nos clients, ce qui permet de découvrir de nouvelles audiences nettes avec des performances améliorées.

## LES RÉSULTATS

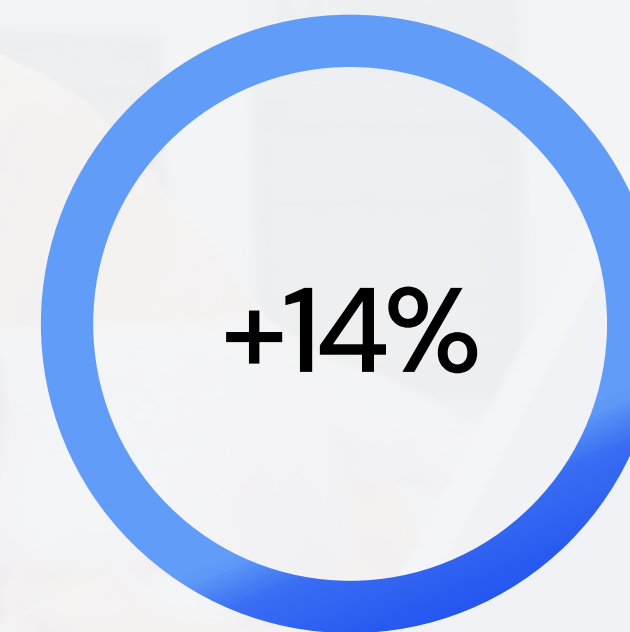
Grâce à Publicis ID, nous avons pu trouver une audience plus susceptible d'acheter des produits de la marque, ce qui a permis d'obtenir des indicateurs clés de performance (KPIs) de considération plus solides à une période de l'année où les consommateurs sont inondés de messages publicitaires.



PORTÉE INCRÉMENTALE



PLUS ÉLEVÉ VIA LES TAUX DE CLICS PAR RAPPORT AUX AUDIENCES STANDARDS



DE CPC PLUS EFFICACE PAR RAPPORT AUX AUDIENCES STANDARDS



DE TNR PLUS ÉLEVÉ PAR RAPPORT AUX AUDIENCES STANDARDS



# Étude de Cas 03

CATÉGORIE: VENTE AU DÉTAIL

PÉRIODE T2 2024

PLATEFORME: DV360-OLV

**PUBLICIS ID**

## LE DÉFI

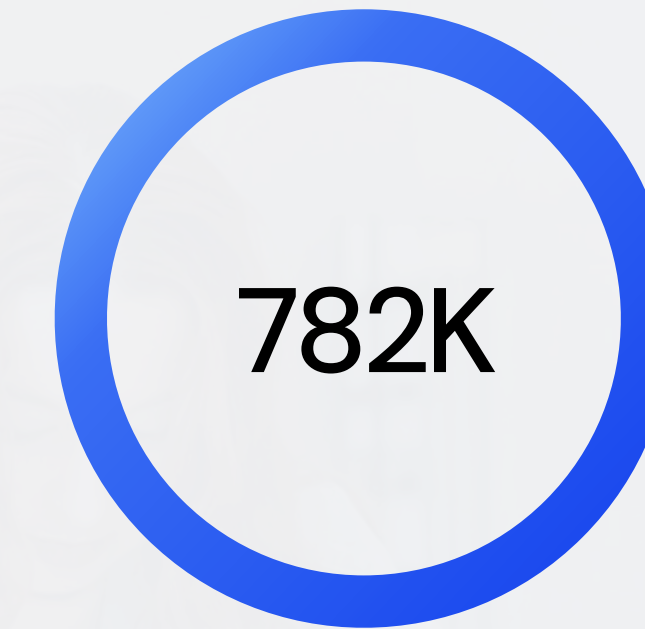
Avec l'arrivée du printemps viennent les mariages, les bals de fin d'année scolaire, les terrasses... et l'occasion de renouveler sa garde-robe. Bien qu'il n'y ait pas de pénurie de contenu mode ciblant les femmes, ce n'est pas la même histoire dans le département masculin. Trouver le gentleman élégant idéal pour s'engager avec la marque de notre client et l'encourager à magasiner pour son nouveau look est essentiel.

## LA SOLUTION PUBLICIS ID

Grâce à notre solution d'audience adressable Publicis ID, conforme à la protection de la vie privée, nous avons le pouvoir de créer des audiences sur mesure basées sur les attributs exacts et les comportements cibles qui définissent notre consommateur souhaité. La vaste variété de signaux numériques transparents disponibles pour nos équipes de planification et de stratégie est infinie, et le contrôle réside entièrement entre les mains de ceux qui comprennent le mieux la stratégie et la cible. En superposant des points de données issus de notre combinaison exclusive d'ensembles de données, nos équipes peuvent créer les segments les plus susceptibles de s'engager avec la marque de leur client, ce qui permet de découvrir de nouvelles audiences nettes avec des performances renforcées.

## LES RÉSULTATS

Grâce à Publicis ID, nous avons pu trouver une audience plus susceptible d'acheter des produits de la marque, ce qui a entraîné un engagement plus fort. En superposant les segments d'audience Publicis ID les plus qualifiés, nous avons pu générer un trafic sur le site plus élevé, élément critique pour le succès financier de notre client de vente au détail.



DE PORTÉE  
INCRÉMENTALE



PLUS ÉLEVÉ VIA LES TAUX DE  
CLICS PAR RAPPORT AUX  
AUDIENCES STANDARDS