

THE PLACE TO BID COMMERCIALISE **L'OFFRE VIDEO** SUR **50 ÉDITEURS PARTENAIRES**
 DE **PERFORM** PROFESSEUR UNIVERSITAIRE

Tribune

Favoris

11/01/2016 Agence Média

0 commentaire

«Programmer l'achat média et la création sur le même fil» par Carole Ellouk d'Adventori, partenaire du prix Agence Média de l'année France by Offremedia



Adventori est au croisement de la data, du média et de la créa : notre position particulière nous a permis de voir les agences médias opérer un pivot en 2015. Négligé par la révolution digitale, le sujet-clé de la création publicitaire est désormais source de performances nouvelles. Avec elle, la pertinence du message, poussée par la donnée, a permis d'ouvrir les horizons de la production d'un plan média. L'intégration de ce nouveau KPI créatif a conduit les agences médias à épouser une nouvelle organisation, à laquelle elles n'étaient pas confrontées lorsque le traitement média d'une campagne était décorré de sa réalisation créative.

Nous savons qu'à l'avenir, les campagnes digitales seront personnalisées : parce que l'internaute a un besoin spécifique, parce qu'il est proche d'un commerce, parce que sa marque préférée propose une nouvelle offre, parce que de tout temps une marque accorde une attention particulière à ses clients, fussent-ils nouveaux, fidèles, abandonnistes. Le message se doit d'être adapté à chacun, et seul le média digital permet la fluidité de sa diffusion et de son traitement. Les agences médias ont pris en main ces campagnes désormais scénarisées, dirigées par l'audience - où chaque message est l'écho d'un besoin unique. Le défi 2016 sera d'embrasser un nouveau statut qui leur confère une capacité à recommander media, techno et création.

2016 fera la part belle aux agences qui sauront proposer à leurs clients une stratégie média «customer centric», programmant l'achat media et la création sur le même fil. Ciblage et message publicitaire, complémentaires et interdépendants, répondront à la situation de l'internaute, détectée à un instant T.

Cela implique une vision valorisant la qualité plus que la quantité, une organisation davantage inspirée des stratégies CRM que des stratégies médias, héritées d'un marketing de masse. De tels mouvements se dessinent déjà, puisque certaines agences se réorganisent en regroupant leurs offres média et créa au sein d'une même entité.

Carole Ellouk, Directrice Marketing d'Adventori

> PUBLIÉ DANS LA NEWSLETTER N°1288

PARTAGER

Connectez-vous ou inscrivez-vous pour publier un commentaire

À LIRE AUSSI

Publicité Extérieure Digital
Un nouveau site web institutionnel pour JCDecaux

People Régie Publicitaire
Move Publishing Advertising se réorganise

Agence Média Annonceur
La nouvelle Ford Kuga investit la Gare de Lyon à Paris avec son agence GTB

> TOUTE L'ACTUALITÉ



CHIFFRES ET ÉTUDES

POLA La forte croissance du contenu dans la publicité digitale détaillée par...

brightcove Brightcove compare les atouts de Twitter, Facebook et Youtube pour...

EN SAVOIR PLUS SUR

ADVENTORI

ADWANTED
 Saisissez l'exclusif
PROCHAINES ENCHÈRES PREMIUM
JEUDI 23 FÉVRIER 2017
 Le Offline en un clic | www.adwanted.com

ACTUALITÉ

- 100%MEDIA
- 100%MATIC
- Offremedia TV
- Chiffres et études
- Tribunes

TARIFMEDIA

- Contacts régie
- Marques
- Supports
- Cibles
- Thématiques
- Régies pub
- Offres commerciales

UTILE

- Offres d'emploi
- Formations
- Agences médias
- Prestataire de médias
- Liens utiles
- Agenda

OFFREMEDIA+

- Focus Investissements Médias
- Prix agence média de l'année

