

ADventori lance un dispositif web-to-store clé-en-main

ADventori étoffe son offre web-to-store en proposant dès aujourd'hui un package composé de bannières publicitaires et de landing pages dynamiques prêtes à l'emploi. Un dispositif conçu pour être déployable quel que soit le format, et sur lequel les annonceurs pourront s'appuyer pour orienter leur trafic en magasin.

Plus de 90% des consommateurs préparent sur le web leurs achats en magasin. Si les moteurs de recherche, les sites web des marques et les comparateurs sont des outils essentiels dans leur recherche, la publicité digitale occupe également une part importante dans la prise d'information. Pour la marque, il devient dès lors indispensable d'intégrer dans sa communication digitale une dimension locale et d'instaurer un lien de proximité entre elle, son réseau de distribution et ses consommateurs.

Pour l'accompagner dans cette démarche, ADventori propose un dispositif web-to-store complet et prêt à l'emploi.

Un dispositif adapté aux problématiques et aux enjeux stratégiques des marques



En 2016, 27% du Search* est attribué à des actions locales. S'il reste assez aisé de mener des actions locales en Search, la complexité reste de mise en display pour une marque qui souhaite mener des actions web-to-store. À chaque device son format, à chaque trading desk ses conditions : difficile avec ces contraintes de mener une action cross-device, multi-format et d'en suivre des KPIs uniformes et neutres.

Le dispositif conçu par ADventori est déployable sur tous les formats (IAB, habillages, vidéos) et sur tous les écrans (web, mobile, DOOH). Grâce aux modèles prêts à l'emploi, une seule matrice suffit pour la production des bannières comme pour celle de la landing page dédiée à la campagne : le contenu sera automatiquement adapté à la situation de l'internaute, en temps réel.

Avec cette nouvelle offre web-to-store, ADventori répond aux objectifs stratégiques des annonceurs désirant mettre en avant leur réseau de distribution et l'associer à ses campagnes de communication. Les messages publicitaires reprenant stocks, produits et adresses de points de vente, sont adaptés aux enjeux business locaux, tout en gardant une cohérence nationale. « *Depuis 4 ans, ADventori nous accompagne dans le déploiement des campagnes visant à soutenir notre réseau de concessionnaires. Outre une communication plus pertinente pour l'internaute, ces dispositifs web-to-store nous ont surtout apporté un gain de productivité sur les frais techniques, plus de simplicité dans leur mise en place ainsi qu'une vision unifiée des KPIs locaux.* », souligne Patrick Olivier, qui coordonne la publicité régions pour Renault.

*Observatoire de l'e-pub 2016 SRI

Plus qu'un format unique, une gestion rationalisée des campagnes

En plus de la simplification de la création de bannières et sa diffusion sur tous les formats, la technologie d'ADventori propose :

- l'intégration unique des flux de données,
- les rapports de campagne adaptés à l'analyse spécifique que requiert ce type de campagne.

Jusqu'à présent, les flux et les bannières étaient à refaire autant de fois qu'il y avait de campagnes ou de terminaux, avec une rupture dans la lisibilité des KPIs de la campagne.

Dans ce dispositif, la donnée (liste de points de vente, produits, prix et/ou stocks disponibles), une fois implémentée, nourrit la création : la technologie d'ad serving d'ADventori en déduira les statistiques liées à l'intérêt de chaque point de vente, associées à tous les critères dynamiques de la campagne.

« Pour cet enjeu, l'offre actuelle du marché est proposée en silo. Les annonceurs comme les agences devaient faire appel à des technos propriétaires – qu'elles soient sur mobile ou web – non déployables sur une campagne complète, ce qui reste frustrant puisque chaque point de contact est une occasion de stimuler le réseau de distribution. Notre objectif est d'apporter plus de liberté et de souplesse, avec une solution unique, indépendante de l'achat média ou du format. L'évolution majeure de cette offre a été de la normaliser créativement et technologiquement en mettant à disposition des modèles prêts à l'emploi et de permettre une meilleure analyse de la campagne : un vrai confort pour les agences et les annonceurs. », précise Pierre-Antoine Durgeat, CEO d'ADventori.

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Marieke BUIS : Marieke.buis@adventori.com

Pièce jointe : dossier de presse « dispositif web-to-store clé-en-main d'ADventori »

Plus de détails et campagnes web-to-store : www.adventori.com/fr/creez-vos-scenarios/web-to-store

A PROPOS D'ADVENTORI

ADventori est un Data-Driven Creative Adserver indépendant dont la vocation est de personnaliser, mesurer et optimiser la création publicitaire. Les annonceurs, agences créa, média et DSP s'appuient sur notre plateforme pour améliorer l'efficacité des dispositifs digitaux (bannières, mobile, vidéo, landing page, native ads, DOOH) en intégrant des flux de données temps-réel provenant de l'annonceur, de l'internaute ou des sites éditeurs. Nos publicités s'adaptent au ciblage, déployant à la fois un message pertinent à l'internaute et un niveau de performance de campagne plus élevé pour l'annonceur. Nos références : Renault, SFR, Bouygues Immobilier, E. Leclerc, La Compagnie des Alpes, SNCF, Voyages-SNCF, Orange, Groupama, Foodora, Carrefour, Fnac, Française des Jeux.

www.adventori.com/fr