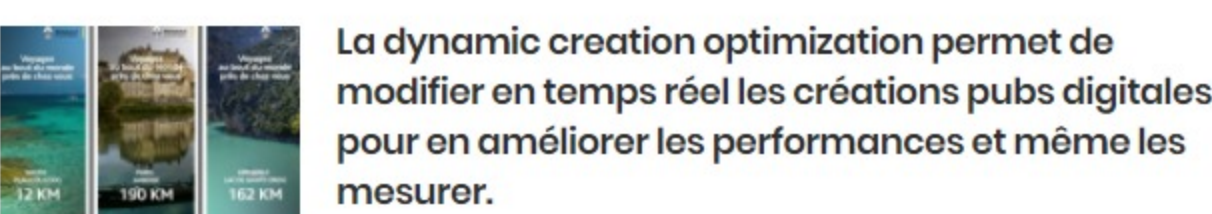




Média Publicité

## DCO : un scénario pub personnalisé pour chaque internaute ?

JDN Patrick Cappelli (La Rédaction) Mis à jour le 20/11/17 16:51

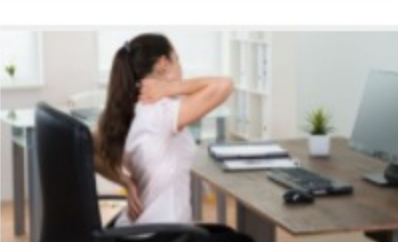


Combat contre la douleur EN SAVOIR PLUS

SPONSORISÉ PAR VOLTAREN

Afficher des bannières publicitaires contextualisées en fonction de l'internaute qui les visualise : un rêve de marketeur digital désormais possible avec la DCO, pour dynamic creation optimization. L'avantage principal de ces publicités très ciblées, c'est un **taux de conversion** (rapport entre le nombre d'individus touchés par la campagne et ceux qui ont effectué l'action recherchée) nettement supérieur aux bannières classiques. C'est aussi un moyen de lutter contre les adblockers utilisés par des internautes excédés par le trop-plein publicitaire.

Notre rôle est de connecter média, création et data afin d'en ressortir un message personnalisé. Nous utilisons, pour ce faire, toutes les sources de données possibles – open source, CRM onboarding, données de l'annonceur...», explique Carole Ellouk, chief marketing officer (CMO) d'Adventori. Des données qui permettent de monter des scénarios, c'est-à-dire raconter une histoire différente à chaque internaute. Ces scénarios varient selon l'objectif de la campagne : acquisition, retargeting, génération de leads en point de vente ou augmentation de la notoriété.



**La douleur au travail**  
Les poste de travail peut causer des douleurs corporelles lorsqu'il n'est pas adapté.

EN SAVOIR PLUS

SPONSORISÉ PAR VOLTAREN



Exemple de déclinaisons créatives utilisant la géolocalisation pour le compte de Renault par Adventori.

La DCO est souvent associée au **retargeting**, raison pour laquelle Adventori préfère l'appellation "data driven creative". Dans l'idéal, Adventori travaille en amont du processus, avant même que la bannière ne soit réalisée. "C'est un nouveau genre de **brief** pour les créatifs auxquels nous apportons notre expertise des campagnes data driven, en particulier sur leur faisabilité", ajoute la CMO de la plateforme.

L'autre atout de la DCO, c'est la mesure de la performance de la création avec des indicateurs comme le click et le post click, le view et le post view, jusqu'à la conversion. "Sur le site de Voyages-SNCF, on peut dire si le message de l'offre Paris-Bordeaux a été plus performant que celui de l'offre Paris-Toulouse", décrit Carole Ellouk.

Aller chercher de la performance sur la création est un élément nouveau apporté par la DCO. D'autant que l'optimisation de cette création peut être effectuée en cours de campagne. Résultat : sur une opération de conversion réalisée par Adventori, les 20% de l'audience qui ont reçu un message personnalisé ont réalisé 80% des conversions.

La performance, c'est aussi l'argument avancé par Adikteev, qui vient de l'univers du gaming. La société a créé son **algorithme** de ciblage en 2014. C'est en se lançant sur le mobile en 2015 qu'Adikteev aborde la DCO en rachetant Motionlead, une jeune société qui diffusait des créations rich média très lourdes de manière simplifiée. En 2016, Adikteev collabore avec Showroomprive.com sur la problématique de l'installation de l'application sur le mobile. "Nous avons pu tester notre algorithme d'optimisation dynamique capable de pousser des créations différentes pour chaque utilisateur", ajoute Emilien Eychenne, cofondateur et chief revenue officer d'Adikteev. Résultat du test : un écart de 50% des performances d'installation entre la création la moins performante et la meilleure.

Pour accélérer la cadence, Adikteev rachète le DSP mobile allemand Trademob courant 2017. "Ça nous a permis de multiplier le nombre de gens que l'on peut toucher et le nombre de fois où l'on peut les toucher", détaille le cofondateur d'Adikteev.

Un moyen de rendre la publicité moins intrusive

Il existe, selon lui, trois niveaux de DCO. Premier niveau, l'optimisation créative : j'ai une audience, je la divise en trois et je vais adresser à chaque segment un message différent. Deuxième niveau : l'aspect dynamique, avec de nombreuses possibilités créatives optimisées selon les données injectées dans l'algorithme, qui apprend en fonction des résultats, afin que chaque internaute reçoive la création qui va le pousser à transformer. Troisième niveau : la vente. "On va se plonger aux flux de la plateforme e-commerce pour pouvoir pousser le bon produit", précise Emilien Eychenne. Pour Social Points, un des leaders du jeu applicatif avec Dragon City, adikteev a augmenté le panier moyen d'achats d'objets dans l'appli (oeufs de dragons, habitats...) de 100 % entre la création d'origine et la bannière optimisée.

"Grâce à la personnalisation apportée par la DCO, la publicité est perçue par le mobinaute comme moins intrusive. C'est aussi un outil de performance très puissant, car une grosse partie de ces résultats passe par la création", conclut le cofondateur d'Adikteev qui tempère un peu son propos. "Beaucoup d'annonceurs ne sont toutefois pas encore matures sur ce concept de transformation de leurs créations". Les tractations avec Apple Music ont ainsi duré près de neuf mois avant que la marque à la pomme n'accepte d'utiliser la DCO.

### Consultez AdtechNews, le magazine trimestriel de JDN et de CB News

Cette article provient du magazine trimestriel dédié au marché de la publicité online et du martech lancé par le JDN avec CB News/Au programme, une grande enquête sur le DSP du futur, un comparatif des solutions d'attribution mobile, un papier sur la tendance au DCO, une fiche de poste sur le CRO et bien d'autres sujets.



AdtechNews numéro 3 from Nicolas Jalimes



NEWSLETTERS Vous aimez nos articles ? Reçouvrez-les en premier ! Entrez votre email

**Réseaux sociaux : atelier découverte**  
Un atelier pratique pour comprendre le fonctionnement, maîtriser le vocabulaire et prendre en main les principaux réseaux sociaux. Une formation CCM Benchmark, animée par Jérôme Gabelout.

### CONTENUS SPONSORISÉS

**-15% sur vos vacances 2018 !**  
Réservez entre le 8 novembre et le 11 décembre 2017

**Découvrez les offres mobile**  
Crédit Pro sans engagement min. dès 9,99€/HT/mois ! Voir conditions

**Idées vacances et voyages**  
où partir pour découvrir la meilleure street food du monde !

**BLACK FRIDAY**  
Des offres pour tous les goûts du 22 au 27 avec CANAL

**Vous allez être fier de votre Mégane d'occasion.** Allez vite chez Renault !

**Gagnez des Miles à Chaque Achat.** Échangez vos Miles contre des Billets d'Avion

### RETARGETING / ADTECH

DCO : un scénario pub personnalisé pour chaque internaute ?

AAH : le montant 2017 de l'allocation aux adultes handicapés

Moderateur : salaire, formation, description du métier..

Demande de logement social

Modèle de facture

Lettre de motivation en banque

Voir aussi : Retargeting | Adtech



**Votre boîte à outils**  
Des listes de tâches, des tableaux kanban, des diagrammes de Gantt. Essayez gratuitement !

Write

**Devenez Chauffeur LeCab**  
Inscrivez-vous maintenant.

LeCab

### Annuaire et services

Agences média	Budget des villos
Chiffres-clé de l'internet	Dictionnaire comptable
Dictionnaire économique	Dictionnaire marketing
Dictionnaire webmastering	Formations
Idées de business	Impôts
Indicateurs	Lettre de motivation
Métiers du Web	Prestateurs
Réseau professionnel	Salaire
Salaire des patrons	SEO indépendants
Sociétés	Test ADSL
Villes de France	Voeux professionnels

### Whogotfunded

Toutes les dernières levées de fonds

Wofix	Undisclosed
Nanobiotix	€ 25,000,000
Spinguard	€ 2,000,000
Hr Path Sas	€ 30,000,000
Gatsporty	€ 400,000
Self&consult Sas	€ 105,000
Amundi	€ 1,400,000
Wheeliz	€ 1,080,000
Sparklane	€ 4,000,000

Un service de **Digitalind**

### Formation

Devenir community manager - niveau 2	Réseaux sociaux
Réussir sa gestion de projet	Efficacité Professionnelle / Management
Crm : mettre en place une démarche marketing client	Marketing
Gérer les personnalités difficiles	Efficacité Professionnelle / Management
E-merchandising	e-Commerce
Définir une stratégie de buzz marketing sur les réseaux sociaux	Réseaux sociaux
Réussir ses actions webmarketing	Marketing
Culture digitale	Ergonomie Sites Web

### Repères

Chômage	Classement PIB
Detto publique	PIB France
Salaire moyen	Assurance-vie
Impôt sur le revenu	LDD
LEP	Livret A
Plus-value immobilière	Prix immobilier
iPhone 8	Classement Forbes
Datos saldos	Homme le plus riche
Prix du cuivre	Primo d'activité
RSA	Smic
Heures supplémentaires	Taux de TVA
Réforme du travail	Retraite à points

