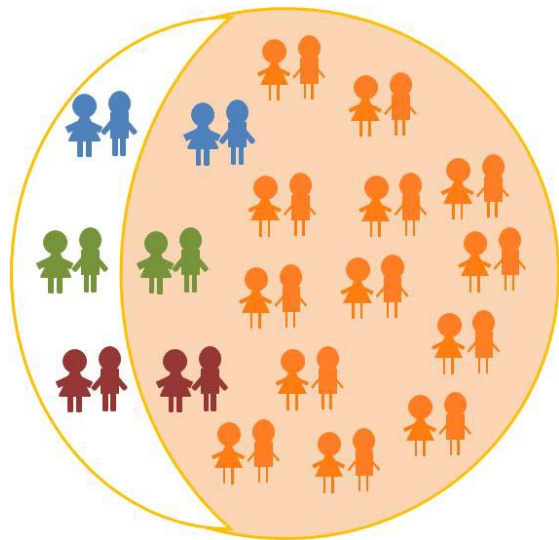


Adconion Media Group – Etude de Cas

Assurance

Représentation des visiteurs uniques touchés



Explications :

- 77% des internautes exposés n'ont été touchés qu'une seule fois.
- 33% ont été exposés plus d'une fois sur la campagne.

Légende :

○ : internautes exposés une seule fois

● : internautes exposés plus d'une fois

ETAPES SUIVANTES

Découvrez l'ensemble des solutions de ciblage d'audience d'Adconion et ce que nous pouvons vous apporter. Demandez des informations supplémentaires auprès de notre équipe commerciale ou bien visitez notre site Internet.

A PROPOS D'ADCONION

Adconion Media Group est le plus important réseau d'audience international indépendant. Adconion possède 16 bureaux dans 7 pays. Adconion fournit aux agences des produits sur mesure, de haute technologie, permettant une diffusion de contenu publicitaire dans plus de 100 pays. Demandez les résultats de nos performances clients et jugez par vous-même.

INFORMATIONS GENERALES

Une grande société d'assurance souhaite faire connaître sa nouvelle offre de produit d'épargne auprès de sa cible (famille et senior).

CONTEXTE

Adconion propose une campagne ciblée permettant de diffuser la nouvelle offre auprès de la cible en maximisant la couverture sur cible utile. Il s'agit d'une campagne au CPM avec un capping serré pour toucher un maximum de prospects potentiels.

OBJECTIF

Faire connaître l'offre au plus grand nombre d'individus dans la cible

INGREDIENTS

Adconion a mixé plusieurs niveaux de ciblage afin de toucher un maximum de prospects qualifiés :

- Socio-démo : 30 ans et plus, famille, seniors, CSP+
- Thématique : sites finances, actualités et portails
- Comportemental : centre d'intérêt épargne / finance
- Horaire : diffusion uniquement pendant les jours de semaine et pendant les heures d'ouverture du call center afin que les internautes intéressés puissent utiliser la fonction « web call back » et être mis en relation directement avec un conseiller.

Formats classiques : pavé et méga bannière

Capping strict de 2 par visiteur unique sur la campagne de 3 semaines

RESULTATS

- 4 013 000 impressions
- 3 080 000 internautes différents exposés
- 77% des impressions sont uniques sur un prospect