

Adconion Media Group – Etude de Cas

Luxe

INFORMATIONS GENERALES

Une grande marque de luxe française demande à son agence de concevoir une campagne pour lancer, auprès de ses clients, un nouveau site, incluant de la vente en ligne. Via cette campagne, l'internaute peut visiter une galerie en ligne et y commander tout produit présenté.

CONTEXTE

L'annonceur et son agence digitale souhaitent communiquer auprès des femmes de 20 à 49 ans CSP+, durant trois semaines.

Adconion leur recommande une campagne au CPM-A (campagne au CPM optimisée pour générer des ventes) couplée à du ciblage comportemental.

OBJECTIF

Branding et génération de ventes en ligne.

INGREDIENTS

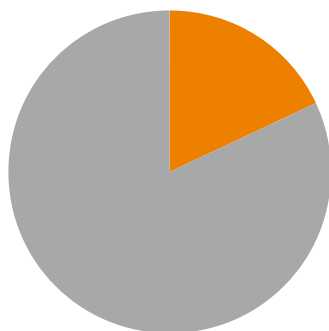
- Tag de conversion sur la page de validation d'achat.
- Tag de ciblage placé sur la landing page de la campagne.
- Diffusion en particulier sur des sites premiums et sites féminins du réseau Adconion
- 2 formats classiques via redirects
- **Conversions** : conversions comptabilisées en post clic uniquement

ETAPES SUIVANTES

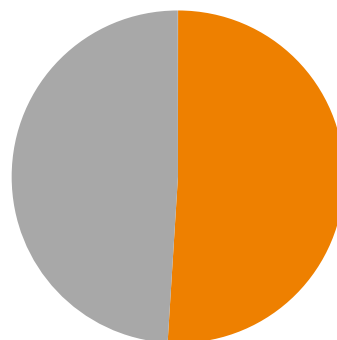
Découvrez l'ensemble des solutions de ciblage d'audience d'Adconion et ce que nous pouvons vous apporter. Demandez des informations supplémentaires auprès de notre équipe commerciale ou bien visitez notre site Internet.

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.



18 % du budget



51 % des conversions

RESULTATS

51% des conversions totales sont réalisées par Adconion, avec 18% du budget global.