



ADCONION MEDIA GROUP, PARTENAIRE DES CONSTRUCTEURS AUTOMOBILE POUR LEURS CAMPAGNES DIGITALES

Favoriser les actions sur le site du constructeur en qualifiant sa cible grâce à un réseau d'audience à la performance expérimenté.

Paris, le 02 juin 2009

Adconion Media Group, premier réseau publicitaire d'audience online indépendant et international, accroît fortement l'efficacité des campagnes automobiles display. 30 des 33 constructeurs automobiles du marché lui font confiance dans le monde. Déjà 12 d'entre eux font confiance à sa technologie propriétaire en France. Grâce au retargeting et au ciblage comportemental, Adconion concentre sa diffusion publicitaire auprès de prospects et non d'une cible potentielle, ce qui permet de multiplier par 6 à 25 les performances enregistrées.

Le réseau Adconion Media Group réunit plus de 300 sites partenaires (dont 43% appartiennent au TOP 50 Nielsen Net Ratings). Il touche plus de 3 internautes sur 4 en France avec 24 millions de Visiteurs Uniques (VU)*. Une **forte affinité entre les internautes du réseau d'audience Adconion et ceux des sites d'informations automobile et des constructeurs** est à noter (3,1 millions de VU communs avec le leader Caradisiac et 0,6 million de VU communs avec les marques du Groupe Peugeot).

Le principal objectif des annonceurs du secteur automobile est de générer des actions sur leur site : demande de rendez-vous en concession (test drive), demande de brochure, localisation de concession, participation à un jeu-concours (...), sans que cela ne soit au détriment de leur image de marque. Cet objectif est devenu crucial du fait du contexte économique.

Adconion, via des tags posés sur les sites de ses partenaires, est capable d'étudier le comportement des internautes, afin de :

- constituer une base qualifiée de prospects automobiles identifiés
- retoucher ces prospects avec des créations spécifiques (évolutives et adaptées selon l'annonce)
- augmenter le volume de trafic qualifié et le nombre de demandes de RDV en concession

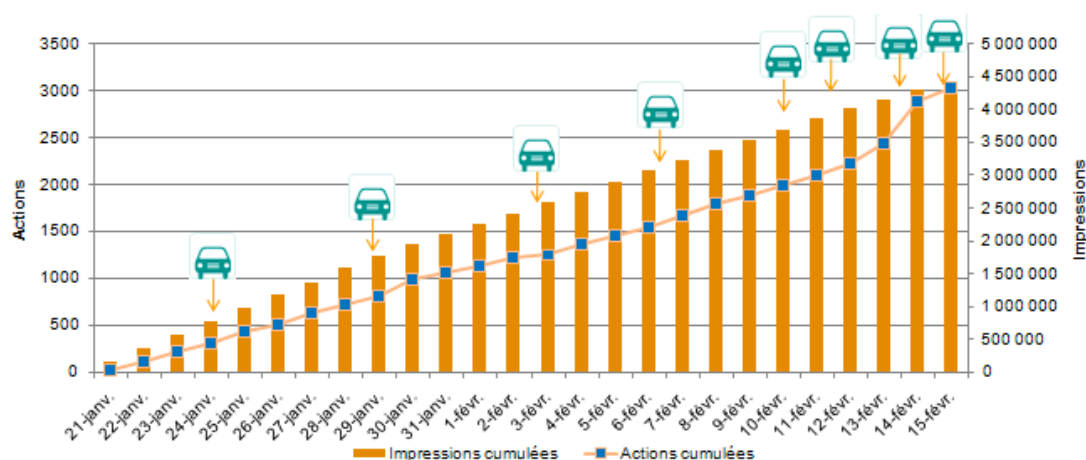
Le comportement des internautes est complètement anonyme. Les cookies ne sont conservés que 30 jours et n'ont d'autre utilité que celle d'exposer l'internaute avec une publicité collant à ses besoins du moment.

Pour obtenir les meilleurs résultats possibles, Adconion Media Group recommande à ses clients de tester sa technologie sur une période minimum d'un mois, de proposer 5 formats et d'offrir plusieurs jeux de créations afin d'avoir un message plus percutant pour la partie de retargeting consacrée à la campagne.

Etude de cas (Case study) automobile sur le réseau Adconion Media Group, France :

Un constructeur européen historique a fait appel à Adconion pour gérer sa campagne afin de générer des actions sur son site tout en diffusant ses créations sur des supports valorisant en termes de notoriété.

Adconion Media Group a préconisé une campagne au CPM-A incluant du retargeting. Ce modèle a pour objectif de privilégier le taux de transformation et non le taux de clic de la campagne, d'une part. D'autre part, de s'attacher à respecter le mieux possible le coût d'acquisition souhaité par le constructeur (symbolisé par le « A » dans CPM-A). Pour ce faire, Adconion diffuse les impressions sur les sites les plus affinitaires avec le produit et auprès des internautes identifiés comme ayant visité le site de l'annonceur mais n'ayant pas transformé.



On constate (schéma ci-dessus) que les résultats de cette campagne sont très satisfaisants, avec un coût d'acquisition bien plus bas que les prévisions du client (obtention en fin de campagne d'un CPA (coût par action) moyen de 3,32€).

Adconion Media Group a ainsi enregistré :

- 1188 demandes de brochure
- 764 validations de jeu concours
- 353 localisations de concession
- 96 demandes de rendez-vous en concession

*Source : Nielsen net Ratings Mars 2009.

Contacts presse

Bermudes-rp

Tél. : + 33 1 41 10 42 90

Frédérique Boyer : fboyer@bermudes-rp.com

Adeline Kroetz : akroetz@bermudes-rp.com

A PROPOS D'ADCONION :

Adconion Media Group (www.adconion.com) est le plus important réseau d'audience et de contenu international indépendant, classé numéro deux mondial des scores globaux de ComScore. Adconion a réussi une levée de fonds record de 40,9 millions de £ (80 millions de \$) menée par Index Venture en février 2008 et remporté le prix « Investors Allstars » en 2008.

Depuis sa création en 2005 (2007 en France), l'entreprise s'est focalisée sur la réalisation de campagnes dites « à la performance optimisée », au service des marques et grâce à une couverture massive : Adconion touche près de 300 millions de visiteurs uniques dans le monde, soit 1/3 de l'ensemble des internautes et 24 millions* de VU en France, soit 4 internautes sur 5. Les clients d'Adconion sont des agences de publicité et des annonceurs.

Adconion associe sa technologie propriétaire et son excellence dans la relation clients afin de permettre aux produits et aux marques de dépasser leurs objectifs dans leurs campagnes online. Adconion est aussi un leader international dans le développement du modèle consistant à créer, distribuer et monétiser le contenu vidéo, sur son réseau.

Adconion possède 16 bureaux dans 7 pays, y compris Londres, Hamburg, Munich, Dusseldorf, New York, Los Angeles, San Diego, Chicago, Detroit, San Francisco, Toronto, Paris, Sydney, Melbourne et Brisbane. Enfin, Adconion Media Group est membre de l'Internet Advertising Bureau (IAB) ainsi que membre fondateur de IASH Europe (Internet Advertising Sales House).

*Source Nielsen Net Ratings Mars 2009