



Programmatische audio

Le Slip Français

Case study 2018



Identifier les moments de vie

Campagne : Le Slip Français - La Compil du Slip (Noël 2018)

Période : Noël 2018

Objectifs :

- Faire connaître la marque à une audience plus large
- Capter la cible selon ses moments de vie
- Trouver une alternative à Facebook sur lequel la marque est déjà très présente

Dispositif :



Identification des moments de vie



Spot audio pour maximiser le reach



Bannières CTA pour générer du trafic web



Remontée d'insights pour optimiser la campagne

Diffusion en programmation multi-device sur



Un choix audacieux pour des résultats exceptionnels

- 🎯 Taux d'écoute à 80% (vs 60% en moyenne)
- 🎯 Coût très raisonnable : moins d'un euro par spot
- 🎯 Exploitation des insights Deezer dans une mécanique drive-to-store pour de prochaines campagnes

« Le Slip Français est une marque jeune, dynamique et innovante, et nous souhaitons que notre communication nous ressemble. Pour nous accompagner dans notre projet, nous avons besoin d'un partenaire de confiance. L'équipe de ZBO Media l'a été en nous aidant à tirer le meilleur de ce format »

Lucas Roland, Responsable Acquisition chez Le Slip Français



POUR EN SAVOIR PLUS



CHARLOTTE FOUQUET

Chief Operating Officer

cfouquet@zbo.media



JASON DESAVOYE

Head of Client Service

jdesavoie@zbo.media

