

YUH Campagne multicanal 3D



Marie Papilloud
Media Consultant,
et
David Rahenbrock
Digital Media
Consultant,
mediatonic



OBJECTIF DE LA CAMPAGNE

Pour promouvoir leur nouveau spot publicitaire qui met en scène un adorable compagnon, nous avons proposé de dépasser les limites des créations unidimensionnelles en utilisant une approche 3D. L'objectif était de donner vie au quadrupède et d'atteindre les personnes passant par des points stratégiques dans les gares de Suisse. Pour ne pas se contenter d'une diffusion « out of home », nous avons proposé une adaptation supplémentaire en diffusant le spot directement au domicile des personnes sur leur ordinateur.

Réalisée en collaboration avec l'agence de création Cavalcade, cette campagne marque une première pour mediatonic et YUH dans l'utilisation de la technologie 3D sur des écrans DOOH et l'extension sur les bannières d'affichage.

ACTION: 3D en DOOH et en bannière d'affichage

La campagne a été diffusée entre fin septembre et début octobre 2024 dans les gares CFF de Genève Cornavin, Berne et Zürich HB, sur les écrans Rails eBoard, ainsi que sur les sites web news du groupe Goldbach dans un format spécial « Wideboard XL ».

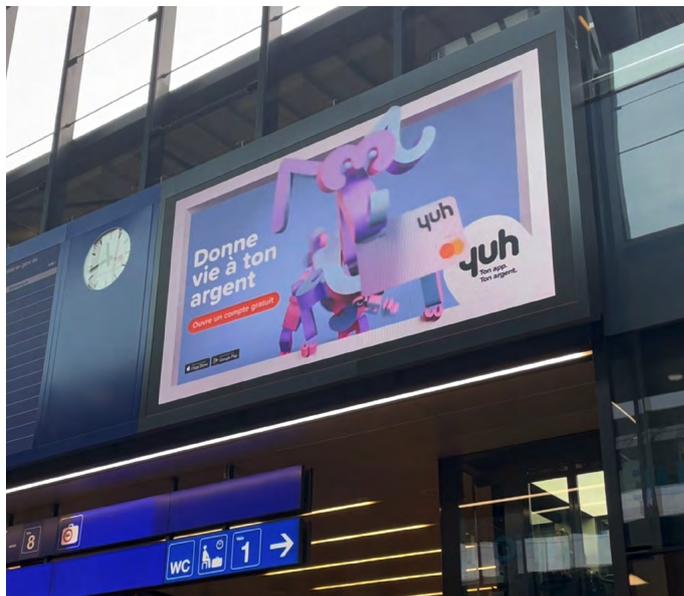
Les solutions technologiques utilisées dans cette campagne DOOH sont inspirées de l'industrie du

gaming et de la publicité, permettant de transformer des surfaces planes en expériences immersives et captivantes. Le format DOOH 3D permet de capter davantage l'attention des passants, en créant des animations vidéo spectaculaires, ce qui offre un fort potentiel d'engagement. Sur la base de la solution développée pour les écrans DOOH, une adaptation a été faite pour que le même spot puisse être utilisé sur les bannières d'affichage. Le défi était de recréer le même effet 3D convaincant sur les écrans des utilisateurs. Pour ce faire, le cadre a été adapté afin d'aligner le spot sur les inventaires utilisés pour diffuser la campagne.

RÉSULTAT: des publicités immersives et captivantes OOH et sur l'écran

Cette première campagne 3D pour YUH reflète l'engagement de mediatonic à explorer de nouvelles formes de publicité pour capter l'attention des consommateurs et enrichir leur expérience. La combinaison de spots extérieurs dans des zones très fréquentées et de bannières d'affichage a permis d'augmenter avec succès la portée et la fréquence de la campagne.

N'hésitez pas à nous contacter pour en savoir plus sur la réalisation de campagnes originales et innovantes.



Mobility Campagne Employer Branding



Maximilian Stürzekarn
Senior Digital Media
Manager, mediatonic

Dans le courant de l'année 2024, Mobility nous a contacté au sujet d'un briefing sur le thème de l'Employer Branding.

Nous devons trouver des catégories professionnelles assez complexes telles que Senior Agile Coach ou ingénieur IT-Cloud.

À cet effet, nous avons structuré le plan média en conséquence et avons réussi à attirer les profils appropriés vers l'outil de candidature de Mobility au moyen de cibrages contextuels et d'un choix judicieux des médias.

Les ressources humaines sont satisfaites et ont déjà reçu quelques candidatures adéquates. Le poste d'ingénieur IT-Cloud est même désormais pourvu.

Les choses sont devenues vraiment passionnantes quand le département RH a constaté fin août / début septembre qu'il n'avait reçu que très peu de candidatures pour les places d'apprentissage.

Mobility nous a contactés un mercredi matin pour nous dire: « Nous avons besoin d'apprentis de toute urgence!! La campagne doit commencer lundi. »

Le problème est qu'en Suisse, la publicité sur TikTok ou Instagram ne peut s'adresser qu'aux personnes de

plus de 18 ans, alors que l'âge de notre groupe cible est compris entre 16 et 18 ans.

Lors d'une séance conjointe de brainstorming, nous avons imaginé une mécanique de campagne pour les réseaux sociaux dont l'idée était d'activer les parents, les amis et les proches. Mobility a tourné le réel et, le lundi, nous avons lancé une campagne sur Instagram, TikTok et LinkedIn optimisée en termes d'engagement et de vues vidéo.

Après onze jours de campagne avec un budget raisonnable, Mobility avait reçu 40 candidatures.

N'hésitez pas à nous contacter pour en savoir plus sur la réalisation de campagnes originales et innovantes.

