

DCO

Quand la programmation permet
d'optimiser le message publicitaire

mediatonic
AEKO



Produits & groupes-cibles multiples



Objectifs de campagne multiples



Acheter
en ligne



Réserver
une monture
en magasin

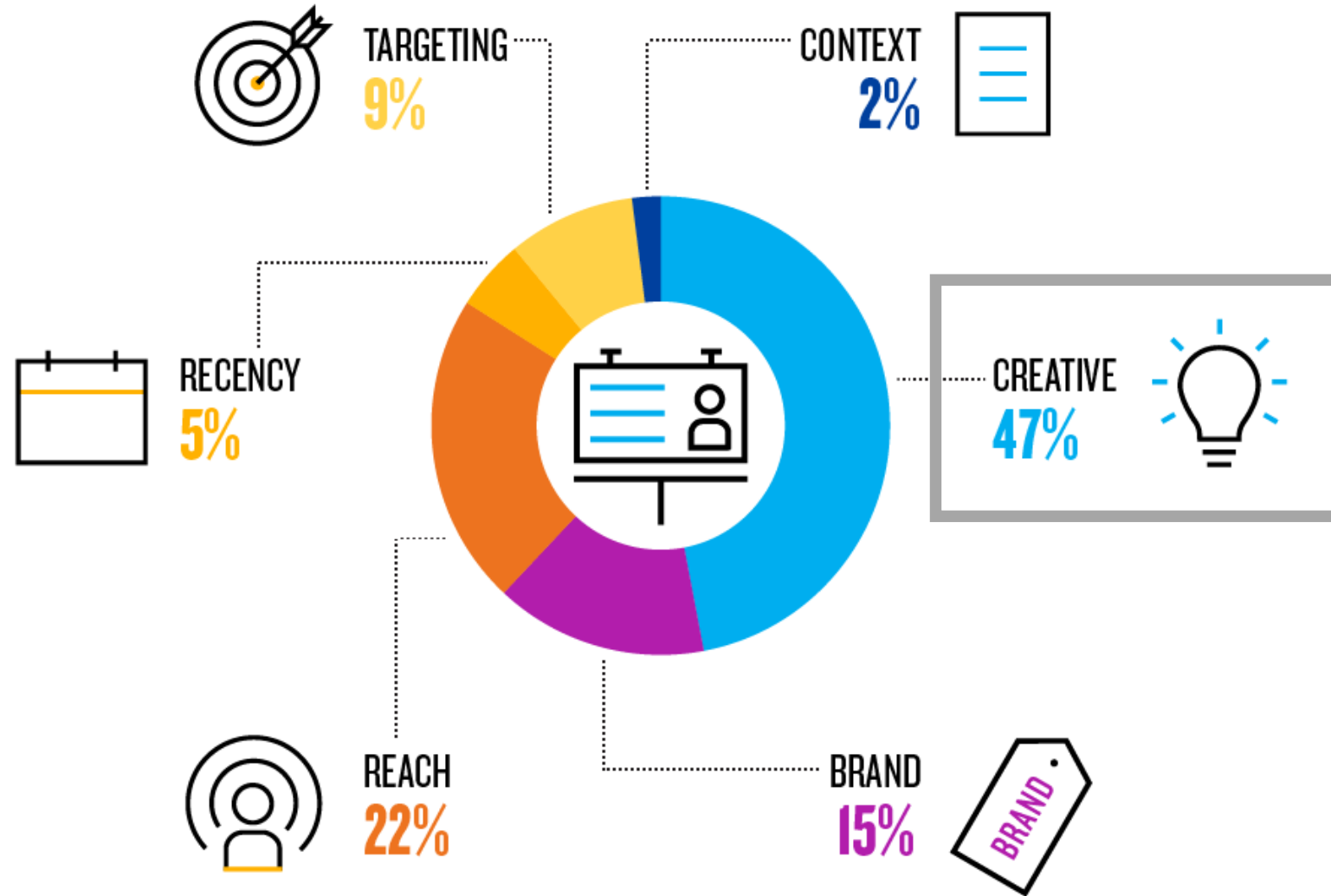


Prendre rdv
pour un examen
de la vue



Visiter un point de
vente

Mais qu'est-ce qui fait vendre?



Source: Nielsen Catalina 2017

DCO

Dynamic Creative Optimisation

Pratique par laquelle des créations publicitaires digitales sont optimisées automatiquement et en temps réel au fur et à mesure de leur diffusion.

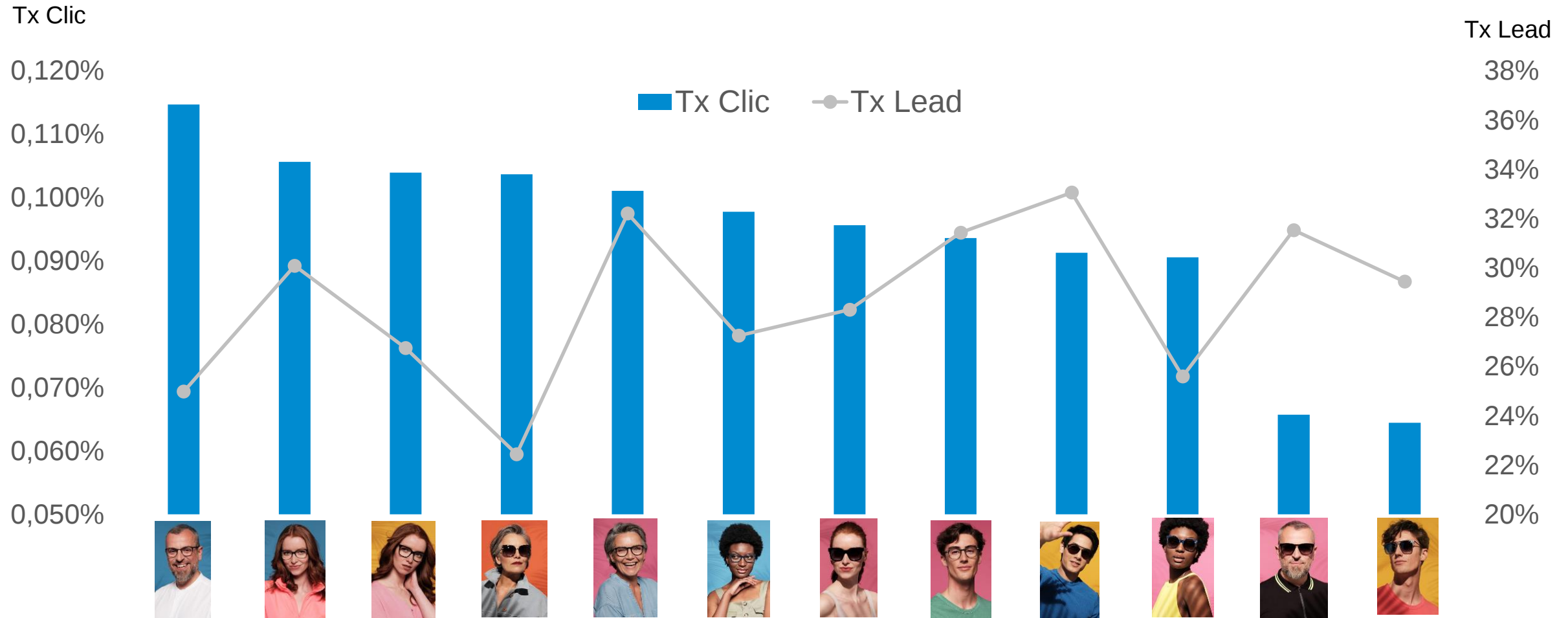


2 langues, 5 formats, 12 visuels, 45 CTAs
=
5'400 déclinaisons

Visuels adaptés au contexte & au ciblage



Importantes différences de performance



Test de CTA à grande échelle

Suisse alémanique

Top CTR – Allemand

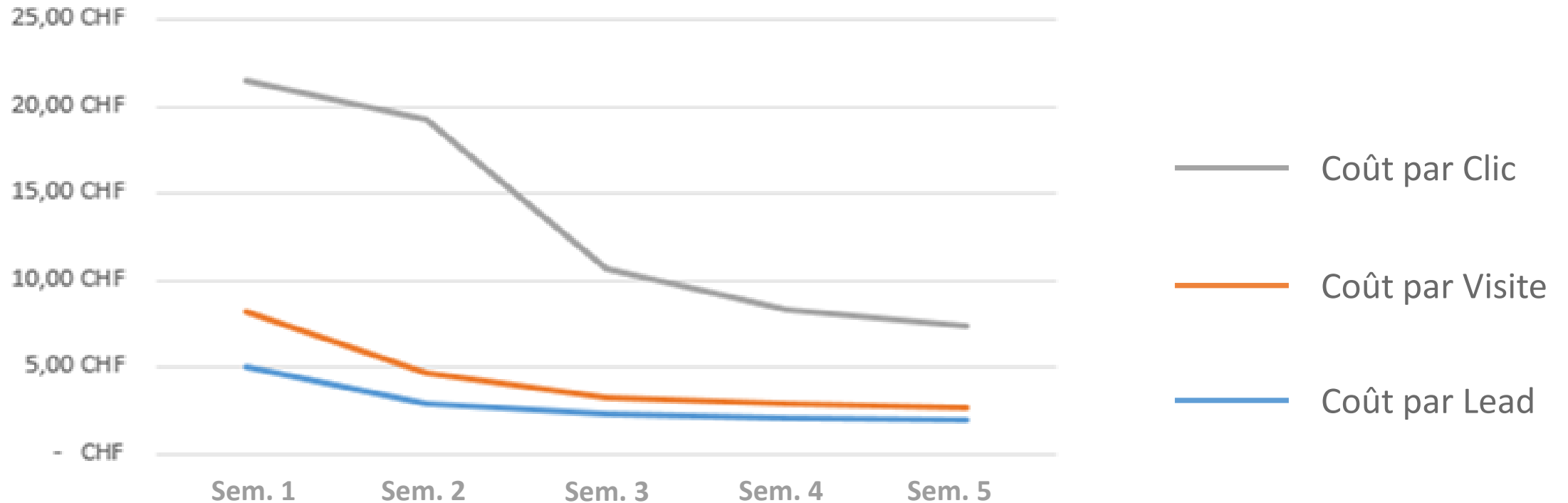
1. Im Geschäft anprobieren
2. Brille reservieren
3. Im Geschäft reservieren

Suisse romande

Top CTR – Français

1. Achetez vos lunettes
2. Voir les lunettes
3. Essayer en magasin

= Possibilités d'optimisation découplées

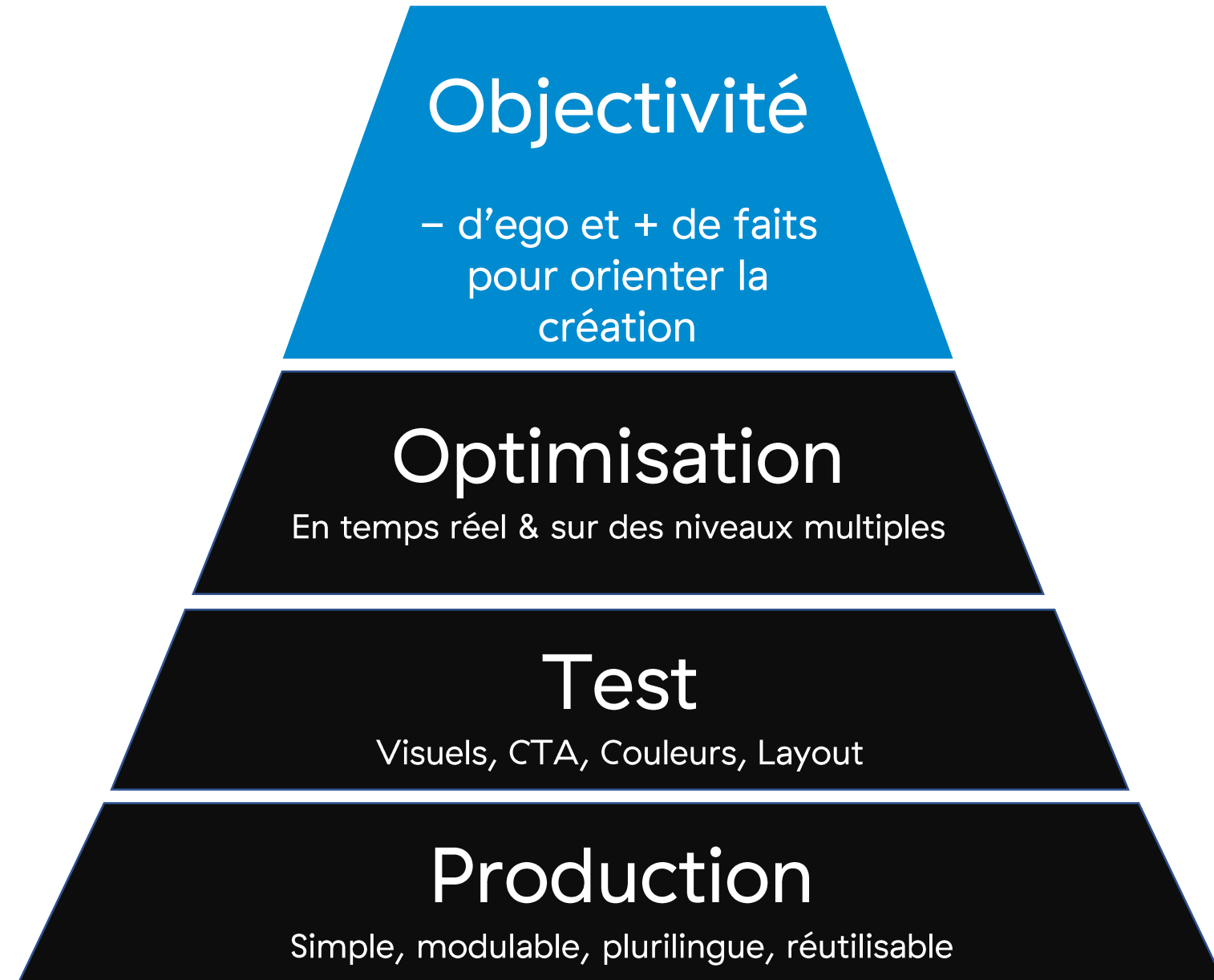


DCO

Quels bénéfices?

VISILAB

mediatonic
AEKO



Merci

mediatonic
AEKO

VISILAB

