

## OBJECTIFS



### FIDÉLISER

Introduire de nouvelles recettes et un packaging revisité à ses acheteurs



### RECRUTER

Devenir un achat récurrent pour de nouveaux ménages



L'agence Carat et Infinity Advertising ont imaginé  
**UN DISPOSITIF SUR-MESURE**



## MÉCANIQUE



Diffusion de la campagne video online (VOL) **en 2 vagues**

### Vague 1

Test & Learn

- ▶ 111 jours
- 👤 2M d'impressions

### Vague 2

Optimisation

- ▶ 42 jours
- 👤 5M d'impressions



Ciblage des target marketing Bénédicta, converties en **segment DATA SHOPPER**



Acheteurs de la marque



Acheteurs de mayonnaise



Acheteurs de produits connexes



**Mesure de l'impact** sur les ventes et boost des investissement sur les **cibles stratégiques**

# RÉSULTATS

## KPI Média

CPV  
0,020 €



TAUX DE VISIBILITÉ  
86,31 %



TAUX DE COMPLÉTION  
78,25 %



## KPI Business

ROAS  
vague 1

**1,7**

ROAS  
vague 2

**4,6**

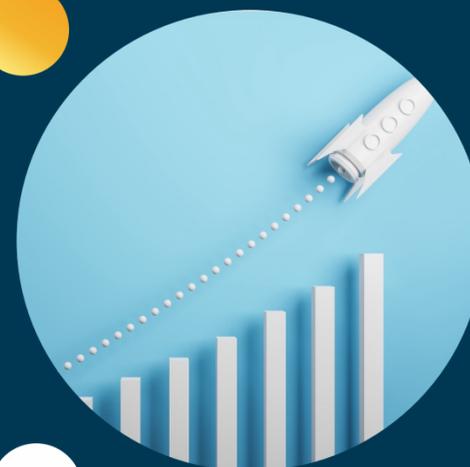
Après **optimisation**  
du ciblage,  
le **ROAS** de cette campagne  
vidéo a quasiment **triplé**

# INNOVATIONS



## Ciblage

Utilisation de la data shopper à  
l'ère du cookieless



## Mesure

Analyse en deux dimensions :  
Avant Vs Après /  
Exposés Vs non



## Diffusion

Capitaliser sur l'utilisation  
des data clean room