

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**

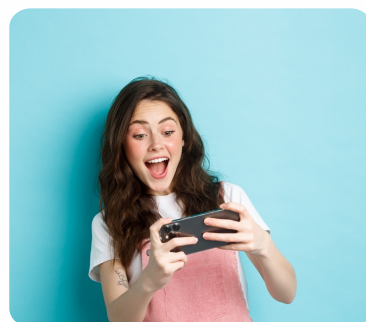
RÉSULTATS

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