



bwin booste l'impact de sa marque grâce à la création d'une cible sur mesure pour sa campagne programmatique

nugg.ad, La Place Media et Cadreon ouvrent la voie aux campagnes de branding sur RTB

Le RTB au carrefour du branding et des technologies de ciblage : basée sur une cible créée sur mesure pour bwin, une campagne display ciblée augmente la notoriété du tournoi « X Poker Tour » de bwin de 38%.

LE CONTEXTE

La notoriété du X Poker Tour était relativement faible avant la campagne, **Cadreon**, le trading desk de l'agence Mediabrands a donc décidé de proposer à bwin, son client, de créer une cible sur mesure grâce à la solution **Brand Audience Targeting** de nugg.ad afin d'adresser la bonne audience via une campagne diffusée sur le réseau **La Place Media**.

ANALYSE DE L'AUDIENCE & MODÉLISATION

En plaçant un pixel dans la section poker du site Web de bwin, nugg.ad a pu analyser la composition de l'audience du site simplement et efficacement en amont de la campagne. Une **cible sur mesure a ensuite été créée** sur la base de ce modèle. Cette approche a également permis de déterminer la composition précise de la cible bwin grâce au **Target Group Insights** fourni par nugg.ad.

LA CAMPAGNE

Cadreon a choisi pour sa campagne la **place de marché privée** La Place Media, qui offre la garantie d'être diffusé sur un inventaire premium composé de 150 sites en s'adressant à une audience de **30 millions de visiteurs uniques mensuels**. La solution **Brand Audience Targeting** de nugg.ad a permis à Cadreon de délivrer la campagne uniquement sur les internautes ayant un profil correspondant à celui modélisé à partir des données du site bwin. En effet, pour chaque impression et avant que la publicité soit diffusée, la technologie nugg.ad **détermine en temps réel** si le profil de l'internaute correspond à celui déterminé en amont.

MESURE DE L'EFFICACITÉ

Pour mesurer les résultats de la campagne, nugg.ad a mis en place sa solution **Brand Engagement Measurement** afin de mesurer la notoriété du X Poker Tour en comparant les internautes exposés à la campagne ne faisant pas partie de la cible et les internautes exposés faisant partie de la cible. Près de **600 questionnaires nugg.ad** ont été remplis afin de récupérer des données fiables. Une campagne non ciblée a donc également été diffusée pour montrer l'efficacité de la campagne ciblée.

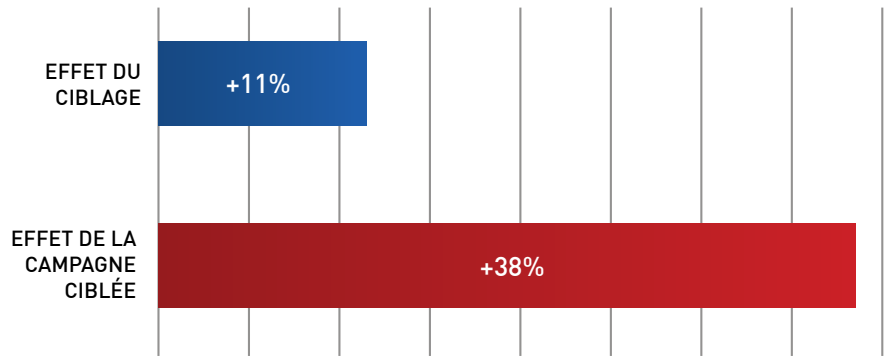


LES RESULTATS

La création de cette cible sur mesure fut un grand succès : la **notoriété du tournoi X Poker Tour a augmenté de 38%** en comparaison au groupe de contrôle formé des internautes non exposés à la campagne. Le ciblage montre quant à lui une **augmentation de la notoriété de 11%**, par rapport au groupe de contrôle composé d'internautes ayant été exposés à la campagne sans ciblage, prouvant donc l'efficacité du ciblage nugg.ad.

Grâce à son département **Audience & Reseach**, nugg.ad a également pu remettre à bwin un **rapport détaillé** sur la composition de son audience, reprenant des données socio-démographiques comme l'âge, les revenus, ou encore le niveau d'éducation moyen des internautes présents sur son site.

AUGMENTATION DE LA NOTORIÉTÉ



	SANS CONTACT AVEC LA CAMPAGNE	EN CONTACT AVEC LA CAMPAGNE
NOTORIÉTÉ	X	+38%
OBJECTIF	augmenter la notoriété	
SOLUTIONS nugg.ad	Programmatic Premium Solutions, Brand Audience Targeting, Brand Engagement Measurement, Target Group Insights by Audience & Research	
CAMPAGNE/MEDIA	display/ 28 millions d'impressions au total	



« Diffuser des campagnes RTB en utilisant les solutions d'audience et de ciblage de nugg.ad est un excellent moyen d'améliorer l'efficacité des campagnes et d'offrir à nos clients de nombreux insights et l'opportunité de travailler avec des indicateurs d'efficacité pertinents »



« La Place Média et nugg.ad nous offrent l'accès à une nouvelle étape dans le RTB en combinant l'univers premium d'une place de marché privée et le ciblage précis et efficace des campagnes »

Contact: +33 (0) 6628 0556 0 | france@nugg.ad

Retrouvez d'autres études de cas sur www.nugg.ad