



Fini l'âge de glace ! Les familiales Peugeot prennent de la vitesse

Annalect Group et nugg.ad réduisent le coût par lead de Peugeot de 27%



Le constructeur automobile Peugeot a profité de la sortie de l'Age de Glace 4 pour lancer une campagne de display de grande envergure s'appuyant sur le réseau de trois éditeurs Premium. Grâce à l'aide de "Scrat" l'écureuil et à Annalect Group, les familiales de Peugeot ont été habilement mises en scène dans une campagne qui avait pour objectif de générer davantage de leads et de réduire le CPL. Pour ce faire, Peugeot s'est appuyé sur les segments de groupes cibles fournis par les Data Solutions de nugg.ad.

LA CAMPAGNE

Pendant quatre semaines, la publicité (cf. Illustration 1) a été diffusée simultanément sur trois réseaux, l'Open Targeting Platform™ de nugg.ad permettant une interconnexion habile entre les inventaires de chacune d'entre elles. nugg.ad a également utilisé dans sa Data Solutions des données externes permettant de cibler les campagnes sur les groupes cibles sélectionnés : « Utilisateurs intéressés par l'achat de breaks, monospaces ou minibus », au sein des réseaux partenaires.

En plus du ciblage – et par conséquent - de l'optimisation de la couverture sur cible, la campagne avait pour objectifs principaux, l'augmentation du nombre de leads, (essais du véhicule) ainsi que la réduction des coûts d'acquisition pour chaque nouveau client (coût par lead, CPL).

LES RESULTATS

Comparé au coût moyen d'acquisition, le CPL a été réduit de plus de 27%. Le taux de conversion a augmenté quant à lui de 7,9 %. L'utilisation de données externes a induit des coûts supplémentaires mais le ciblage de nugg.ad s'est avéré efficace et les coûts d'acquisition par nouveau client ont été significativement réduits au final.

« L'utilisation des Data Solutions nugg.ad en combinaison avec l'Open Targeting Platform s'est avérée plus que rentable et la campagne a de loin dépassé nos attentes. Nous recommencerons sans aucune hésitation", affirme Doris Lambert, Media Manager de Peugeot.



Illustration 1

	GRUPE TEMOIN	nugg.ad DATA MANAGEMENT PLATFORM
REDUCTION DU CPL	X	x - 27%
OBJECTIF	Augmentation des leads et une réduction du CPL	
PRODUIT	Data Solutions nugg.ad et modulation grâce à l'Open Targeting Platform™	
GROUPES CIBLES	Utilisateurs intéressés par l'achat de breaks, monospaces ou minibus	

Contact: +33 (0)1 46 21 87 37 | france@nugg.ad

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