

Mesure du retail media : Médiaperformances et Weborama établissent un standard de double exposition digital / magasin réussi

Paris, le 2 juillet 2024 - Acteur majeur du Retail Média omnicanal en France et leader des médias d'activation shopper, Médiaperformances crée pour ses clients (agences et annonceurs) des parcours instore et digitaux. La régie, qui partage avec les marques la préoccupation de mesurer le succès de chaque campagne, s'est associée à Weborama pour définir un standard du gain d'efficacité pour ses campagnes combinant le digital et le magasin.

La méthodologie de continuum développée à partir des deux expertises exclusives a permis d'établir la mesure d'impact de vente. La double exposition display / magasin génère ainsi une augmentation moyenne de 34% du CA incrémental et un ROI moyen de 1,90€.

Médiaperformances et Weborama ont rapproché leurs savoir-faire pour déployer une méthodologie de mesure et d'analyse inédite. Cette méthodologie a établi le continuum display / in-store de 5 campagnes (avec une représentativité de produits et un mix de catégorie). Il est apparu qu'en combinant display et activation kakémono en magasin, le CA incrémental augmente de 34% pour les marques alimentaires en GMS.

« L'omnicanalité est plus que jamais un vecteur de croissance. Notre Observatoire Shopper Ads 2024, réalisé en partenariat avec Ipsos, révèle qu'un consommateur est désormais soumis à 5,3 points de contact lors de son parcours d'achat (contre 3,6 points de contact en 2022). Il nous semble donc indispensable d'apporter un standard fiable à nos clients. Il s'inscrit dans notre volonté d'innover constamment pour faire évoluer le retail media et les performances de nos clients. » déclare Claire Koralewski, Directrice Générale de Médiaperformances.

Ce croisement d'expertises inédites sur le marché garantit aux annonceurs une mesure précise et robuste. Médiaperformances entend ainsi aider les marques à se projeter sur des objectifs moyens réalistes tant sur le chiffre d'affaires incrémental, que le ROI, la fidélisation ou le recrutement.

« Nous sommes fiers de collaborer avec Médiaperformances pour établir un nouveau standard de mesure omnicanal du retail media. Notre méthodologie innovante offre aux annonceurs une vision claire de leur retour sur investissements on et offline. C'est une avancée majeure dans la prise de décision pour les marques qui ont traditionnellement eu du mal à relier leurs actions marketing aux réelles transactions des consommateurs. » ajoute Antoine Bsaibes, Directeur Tech & Services de Weborama.

La méthodologie développée repose sur l'observation de dizaines de milliers de points de contact consommateurs, reliant directement les expositions publicitaires aux ventes, que celles-ci soient digitales ou en magasin. Les analyses statistiques sont basées sur une méthode d'appariement des échantillons afin de neutraliser les effets extérieurs, garantissant ainsi une analyse robuste et précise du chiffre d'affaires incrémental et du ROI. Cette approche s'applique à différents niveaux : marque, gammes animées, ou encore produits concurrents, et permet aux annonceurs d'obtenir des interprétations précises ainsi que des recommandations opérationnelles pour leurs futurs investissements marketing.

À propos de Médiaperformances : Créé en 1985, Médiaperformances est l'un des acteurs référents du Retail Média en France et le leader incontesté des médias d'activation shopper on et off. Au sein du Groupe Mediaperf, Médiaperformances s'adresse aux marques comme aux agences média, avec une gamme de solutions publicitaires omnicanales qui influencent le comportement d'achat du consommateur.

Partenaire des grandes enseignes GSA (Carrefour, Auchan, E. Leclerc, Intermarché...), Médiaperformances compte parmi ses clients plus d'une centaine d'annonceurs PGC et non-alimentaires comme Danone, Nestlé, Unilever, Mondelez, Coca-Cola, Fleury Michon, Borges Tramier, Mutti, HP.

Historiquement engagé sur les enjeux RSE, Médiaperformances est devenu en 2021 le seul acteur média français certifié BCorp. L'entreprise est également labellisée depuis 2021 Great Place To Work.

[Médiaperformances.net](https://mediaperformances.net)

A propos de Weborama, The Data Intelligence Platform

Centré sur le management et la valorisation des données clients, Weborama a développé et connecté un ensemble de technologies (dans les domaines de IA, l'intelligence artificielle sémantique et comportementale, le data lake, la data clean room, la data science, les insights...) qui permettent aux annonceurs, aux agences et aux éditeurs d'acquérir, de retenir et de valoriser leurs audiences et d'activer des publicités ciblées, consistantes et pertinentes dans le nouvel univers cookieless, IDless et multi-devices. Weborama opère en Europe et aux Etats-Unis.

weborama.com