



Communiqué de presse

Tassin-la-Demi-Lune, le 12 mars 2019

Déclencher des visites en magasin depuis le mobile :

Adthink lance une solution drive-to-store.

Adthink (ALADM), pure player de la publicité digitale à la performance, propose d'amener les internautes mobiles à visiter les points de vente grâce à la technologie drive-to-store.

Le magasin reste pour beaucoup le lieu privilégié pour réaliser l'acte d'achat : 72 % des consommateurs préfèrent acheter en magasin car ils veulent toucher et sentir les produits avant de s'engager (Sondage Teradata-Celebrus, 2015). Pour autant, les parcours d'achats démarrent bien souvent sur le mobile.

Les campagnes drive-to-store s'adressent aux annonceurs disposant de points de vente physiques. Elles consistent à cibler les lieux affinitaires (exemple : un magasin spécialisé) ou une zone délimitée autour d'un point de vente, en se basant sur des données de localisation GPS mobiles. Les messages publicitaires sont diffusés sur le mobile, en Display et en webradio.

Premiers cas d'application pour Adthink : les concessions automobiles du Groupe Nomblot et du Groupe Bernard. « *Nos experts media buyers sont en mesure d'acquérir des affichages publicitaires localisés par GPS à partir de différentes plates-formes, en fonction des besoins spécifiques de nos clients. Par exemple, nous exploitons le drive-to-store avec les données Adsquare pour cibler des acheteurs potentiels de voitures d'occasion dans un rayon de 50 km autour de chaque concession automobile et les inviter à des essais instantanés et à des journées portes ouvertes* », explique Guewen Gabillet, responsable de la solution drive-to-store.

Adthink propose un accompagnement clé en main incluant la conception de bannières adaptées (telles que des formats "store locator"), le conseil dans la sélection de tactiques de ciblage et le suivi des campagnes.

A propos de Adthink

Smart Performance Advertising

Adthink accompagne les annonceurs dans leur acquisition de prospects et de clients en ligne via une gamme complète de solutions de publicité à la performance : Affiliate Network, Display Network, Trading Desk, Customer Acquisition, Data Activation.

Expert en monétisation d'audiences, Adthink propose aux éditeurs des solutions pour accroître leurs revenus.

Créé en 2001, Adthink est présent à Lyon (siège social), Paris, Genève, Lisbonne et Palo Alto.

Adthink est coté sur le marché Euronext Growth d'Euronext Paris (ALADM - FR0010457531) et fait partie du Top 100 Digital (étude PwC - Tech IN France, juillet 2018).

Plus d'informations sur : www.adthink.com

Contact

Presse&Com Ecofi : Ségolène de Saint Martin - Tél. : +33 6 16 40 90 73 - sdestmartin@p-c-e.fr