



ETUDE DE CAS

SeLoger

Comment positionner sa marque
tout en continuant de monitorer
les performances de sa campagne TV ?

LE CONTEXTE

Média en ligne spécialiste de l'immobilier depuis plus de 25 ans, SeLoger coache et accompagne les Français dans tous les projets immobiliers.

Accompagné par Realytics depuis février 2015, SeLoger a d'abord fait appel à la plateforme d'analytics TV pour **mesurer l'impact de ses campagnes sur son site**, puis sur son application mobile.

Plus que l'analyse de ses performances pures et de la contribution de la TV à son business, SeLoger souhaitait également **piloter l'évolution de la notoriété de sa marque de manière fiable et régulière.**

PROBLEMATIQUE

Nombreux sont les annonceurs TV à vouloir **monitorer les résultats d'un côté purement « performances »** de leurs campagnes, et à ne pas suspecter qu'il soit possible de **mesurer l'impact global d'une publicité TV au travers des canaux digitaux.**

Comment, alors, concilier branding et performance ?
Autrement dit, comment mesurer l'impact d'une approche Brandformance en TV ?

OBJECTIF

SeLoger est un excellent exemple de cette prise de conscience.

En effet, la marque est passée d'une publicité et d'un message orientés performances en 2016 à un **contenu créatif davantage axé sur l'image de la marque** et souhaitait analyser l'impact de cette nouvelle campagne sur ses performances mais aussi sa notoriété.

LA CAMPAGNE

Campagne classique
Du 12 janvier au 5 février 2018

3 créations
Format 20 secondes
SeLoger, avec vous quand la vie bouge



LE DISPOSITIF

Se loger a activé 2 des solutions Realytics:

[Ad performance](#) pour l'analyse des performances en terme de trafic et de lancement d'app, et [Brand Effect](#).

Solution lancée par Realytics pour adresser les problématiques des annonceurs branding concernés par leur image de marque et le rayonnement de leur campagne, [Brand Effect](#) permet de s'assurer que votre campagne a été performante selon vos critères. Grâce à Realytics, vous pouvez ainsi savoir si le message véhiculé dans vos campagnes atteint le bon public, au bon endroit.

LES 3 VOLETS DE BRAND EFFECT

SOCIO-DÉMO

Découvrez qui est l'audience touchée en TV (genre, âge, centres d'intérêts)

GEOLOCALISATION

Découvrez où se situe l'audience touchée en TV

SEARCH VISIBILITY

Découvrez les mots clefs recherchés par l'audience touchée en TV

Ad Performance

RESULTATS

Mesure du volume d'engagement

Un trafic en net incrément sur les 2 points de contacts

+ 21% installations d'app
Soit +4,8 points vs la 1^{ère} vague

Une campagne plus productive

+ 12,9% contacts directs / GRP
-43,3% coût par visites directes

Brand Effect

Mesure de l'effet de notoriété de la campagne

Augmentation des recherches sur les moteurs de recherche

+ 8 points vs septembre 2017 sur les recherches marque
+5 points vs septembre 2017 sur les mots clefs (hors marque)

Sur-réactivité d'une audience différente de celle habituellement touchée par SeLoger

Découverte des départements dans lesquels les engagés TV se sont le plus manifestés

REALYTICS, LEADER DE L'ANALYTICS TV



32 PAYS

Couverts par notre outil

350 CLIENTS

Français et internationaux

1 000 CAMPAGNES

Trackées et analysées par notre équipe R&D

+100 PREDICTIONS

De performance de campagnes TV avec notre algo

Realytics en 4 points clefs

Analyser la contribution de la TV sur le digital

Découvrir précisément l'audience touchée en TV

Optimiser ses investissements TV et anticiper son plan média

Convertir une audience TV déjà engagée sur le digital



contact@realytics.io
+33 1 85 09 21 12

73 rue d'Anjou
75008 Paris

www.realytics.io

SeLoger

