

Success story



Positionner Colombia comme le choix numéro un pour les activités de plein air grâce au DOOH

Propulsé par



x



CONTEXTE

En préparation des vacances d'hiver, comment accroître la notoriété et l'intention d'achat pour Colombia en Europe

Conception d'une campagne pDOOH activée par des déclencheurs météo ciblant les personnes à la recherche d'équipements de haute qualité pour leurs aventures hivernales.

PLAN

- **Deux vagues** : Campagne Warm de novembre à décembre 2023 et campagne Ski de décembre 2023 à janvier 2024
- **Pays de diffusion** : Royaume-Uni, France, Suisse, Allemagne, Espagne
- **Public cible** : Consommateurs de 25 à 55 ans



71 396M

Impressions



6

Types d'emplacements



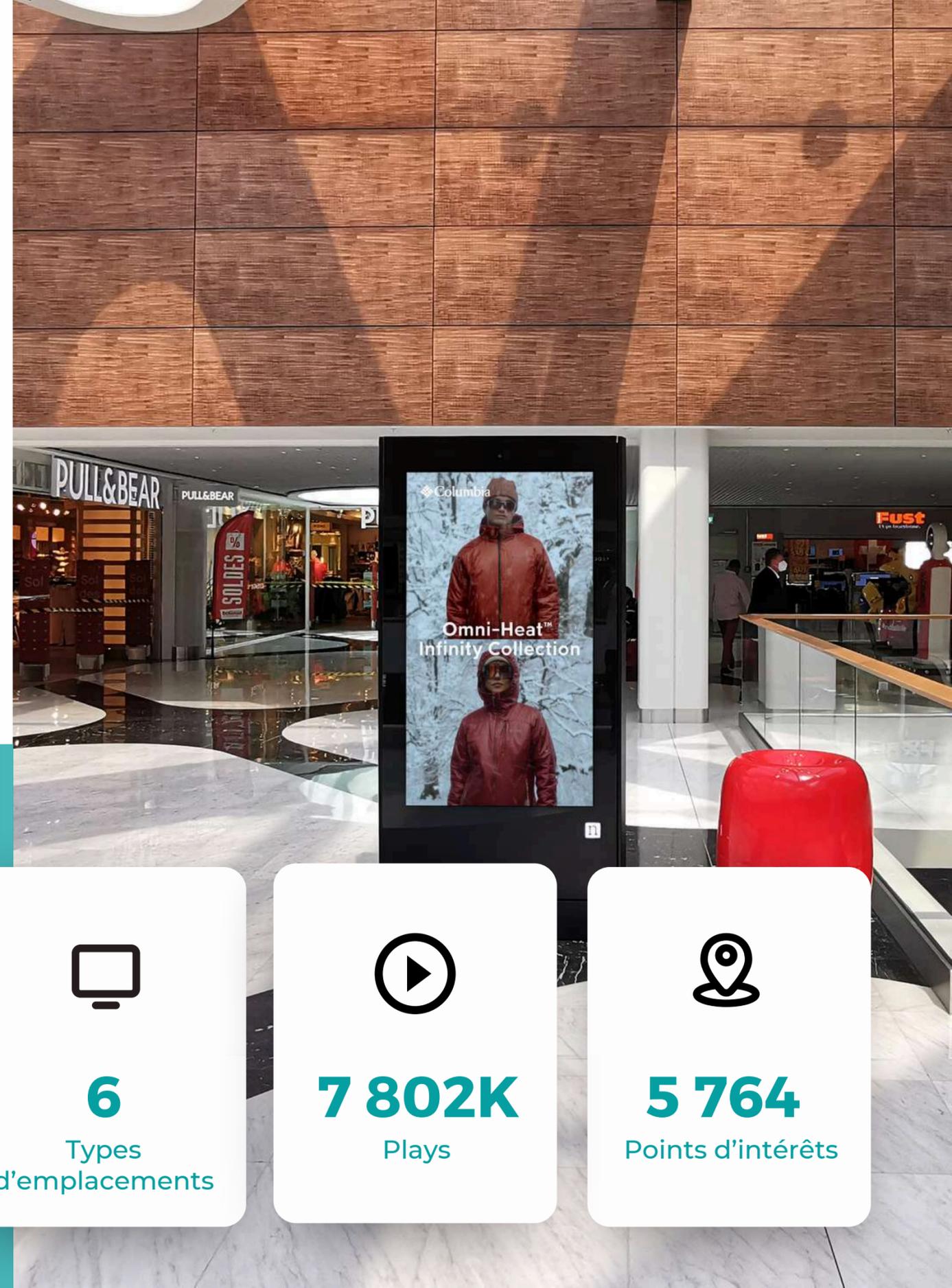
7 802K

Plays



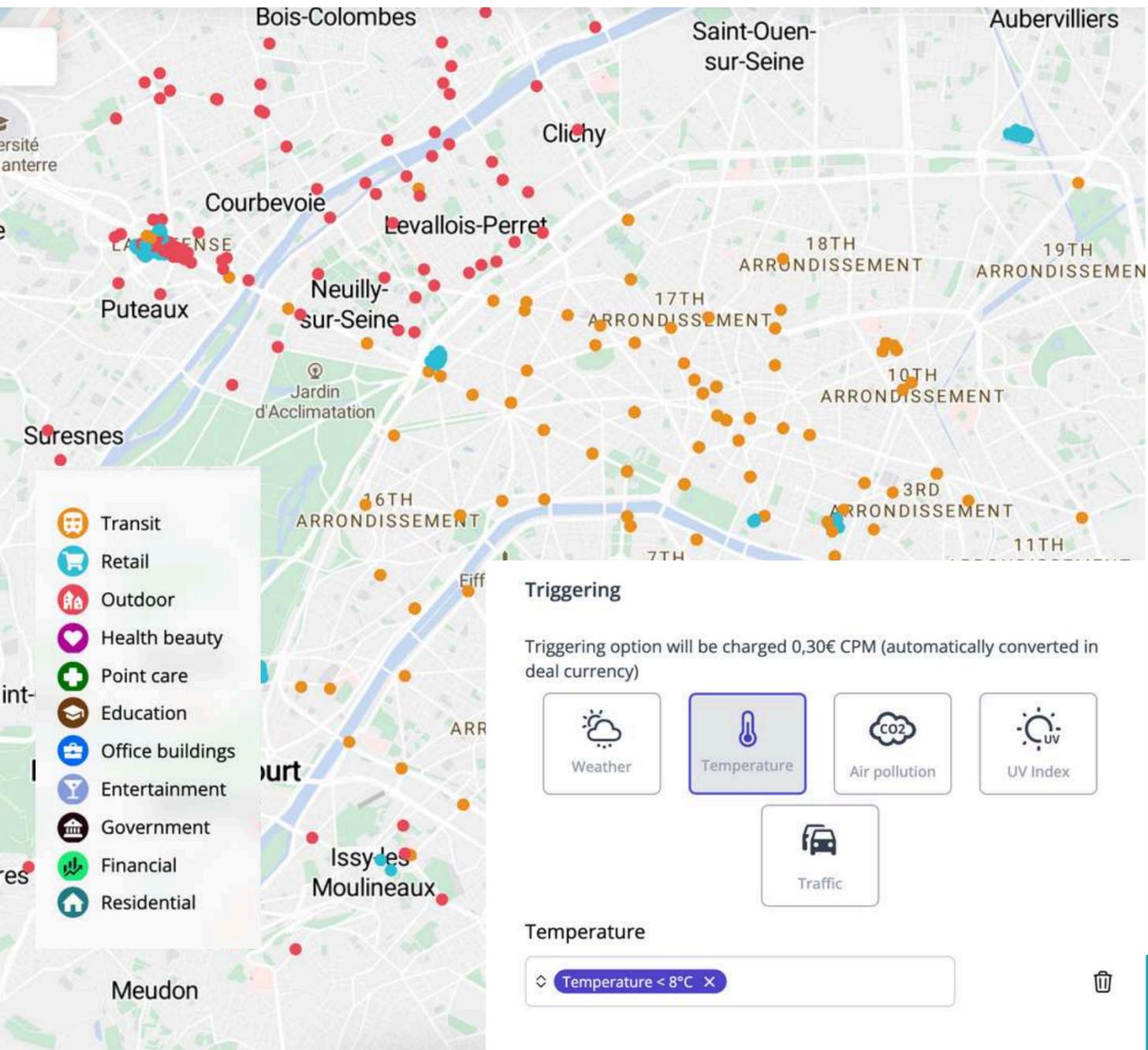
5 764

Points d'intérêts





Prioriser la pertinence contextuelle en utilisant des déclencheurs météorologiques pour diffuser uniquement lorsque la cible se prépare à des conditions météorologiques froides



Ciblage

- Villes européennes caractérisées par des températures hivernales basses
- Et **diffusion uniquement** lorsque la température est inférieure à 8 degrés

Zones de diffusion

- Lieux évoquant les voyages et les loisirs pour capter l'attention du public : métro, gares, abribus et centres commerciaux

Diffusion en temps réel

- Diffusion à des moments différents en fonction du type de lieu et du pays :
 - Exemple : Transports en France : 7h-10h / 12h-15h / 17h-22h





RESULTATS

Columbia reste une marque de premier plan pour les consommateurs qui planifient leurs vacances d'hiver

L'enquête programmatique mobile envoyée via Happydemics a été menée sur une période d'un mois pendant la campagne Warm afin d'identifier les points d'apprentissages et d'optimisation. L'enquête a permis à Columbia d'évaluer l'efficacité de sa campagne, qui s'est avérée plus qu'impactante. La campagne a démontré une amélioration notable de la notoriété de la marque, de la considération et de l'intention spécifique pour Columbia.




+25 pts
de notoriété de
marque sur les
5 marchés



+33pts
de considération
pour
l'Allemagne



+48pts
d'intention
spécifique pour
l'Allemagne



+19pts
de familiarité de
marque pour la
Suisse



Impact du rappel publicitaire
Pays les plus performants et indicateurs clés de performance (KPI).