

Success story



Comment améliorer la visibilité de l'agence aéroportuaire Ria grâce au pDOOH et aux données de vol en temps réel ?

Propulsé par



x

JCDecaux





JCDecaux

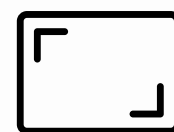
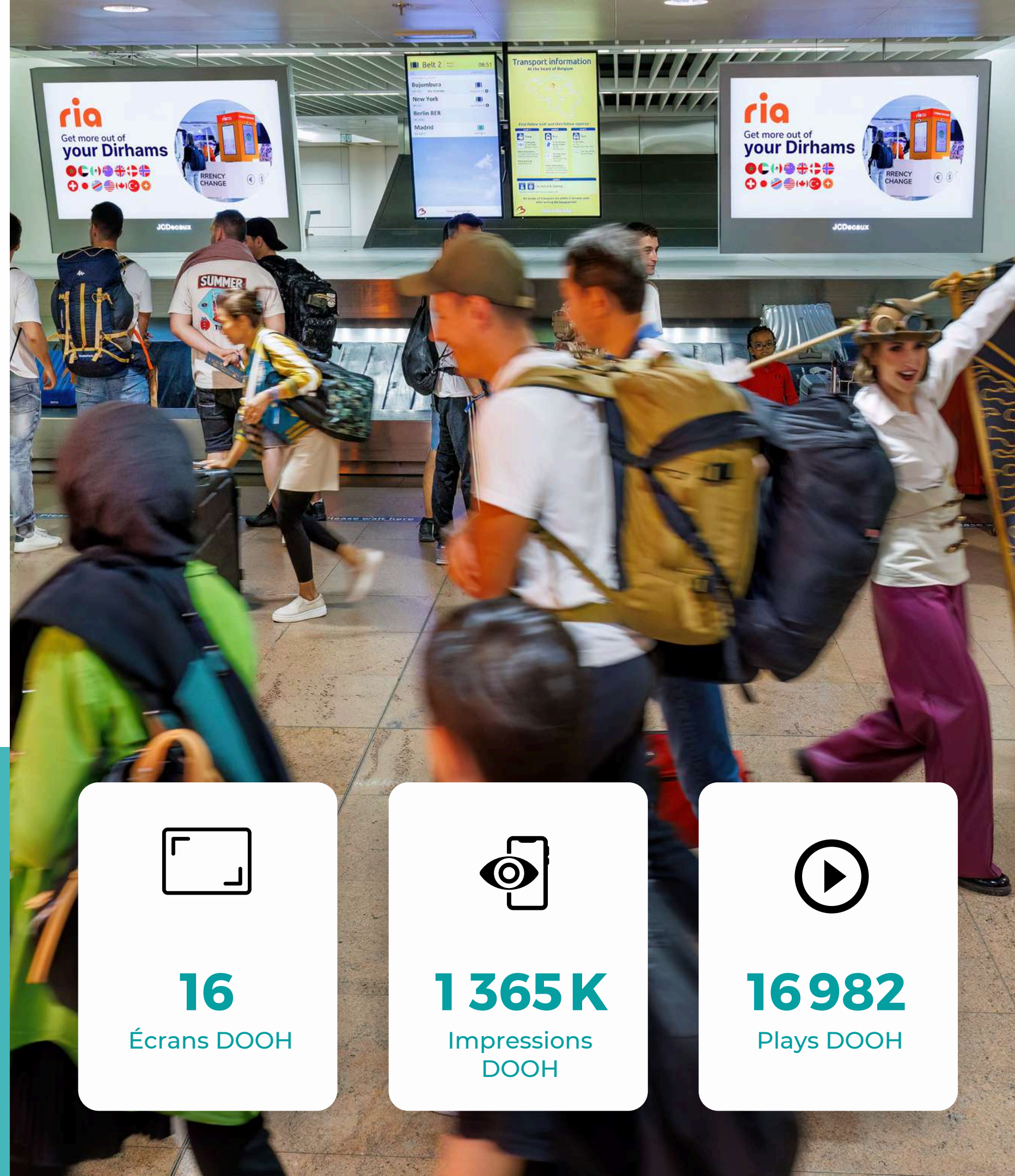
CONTEXTE

Tirer parti d'un festival international pour toucher le public cible de Ria

Utilisation des données de vol en temps réel de Cirium pour déclencher automatiquement les creatives de la campagne en fonction des informations de vol des passagers arrivant.

PLAN

- **Dates de la campagne** : du 17/07/2024 au 04/09/2024
- **Zone de diffusion** : Aéroport de Bruxelles, uniquement sur les écrans filtrés et éligibles via le segment sélectionné.
- **Public cible** : Les festivaliers arrivant de l'extérieur de l'espace Schengen.



16

Écrans DOOH



1 365 K

Impressions
DOOH



16 982

Plays DOOH

Suivre le public cible de Ria tout au long de son parcours dans l'aéroport



Forecasted

Max locations ⁱ	Max screens ⁱ	CPM Imp. ⁱ	Impressions ⁱ
20	20	1368547	Max 4391984

Transit
 Retail
 Outdoor
 Health beauty
 Point care
 Education
 Office buildings
 Entertainment
 Government
 Financial
 Residential

Weather
 Temperature
 Air pollution
 UV Index
 Traffic
 Airport

Airport ×
 Flights to
Only screens located in airports that have existing routes to the destination country have been selected.
 Flights from ×
Only screens located in airports that have existing routes from the country of origin have been selected.

Creatives

- Huit creatives différentes ont été diffusées, chacune correspondant à une devise spécifique.
 - Les creatives ont été déclenchées en fonction des pays de départ que Ria souhaitait cibler à l'arrivée des passagers à l'aéroport.

Dayparting et ciblage géographique personnalisés

- Diffusion **uniquement le mercredi**, à chaque heure correspondant aux vols sélectionnés.
- Les creatives ont été diffusées exclusivement à **l'aéroport international de Bruxelles**, où se trouve la boutique RIA.

Données de vol

- Activation du trigger **'airport - flights from'** pour tous les pays **en dehors de l'espace Schengen**.
- Ciblage des passagers tout au long de leur parcours, sur les écrans DOOH, **depuis la porte d'arrivée jusqu'aux zones de sortie de l'aéroport**.

Diffusé avec :



JCDecaux



RESULTATS

Grâce aux données de vol en temps réel, la campagne RIA est pertinente, contextualisée et efficace.

C'est la première campagne DOOH à utiliser des triggers de vol en temps réel, grâce à l'offre de la DSP Displayce et des aéroports internationaux de JCDecaux. Cette approche dynamique a permis à la campagne de **cibler des voyageurs de sept pays spécifiques** en diffusant des creatives sur mesure adaptés à chaque devise. Ce degré élevé de personnalisation a amélioré la pertinence et l'engagement, comme en témoignent les 1,3 million d'impressions générées, avec **une augmentation significative de l'attention et du souvenir des spectateurs**. La campagne a été **2,8 fois plus rentable que le DOOH traditionnel**, car les annonces n'étaient déclenchées que lorsque le bon public était présent. Cette activation sans précédent des données de vol en temps réel a démontré **la puissante synergie entre la pertinence contextuelle et le DOOH programmatique**.



2,8x
Plus rentable par rapport au OOH traditionnel



+32%
de réponses cérébrales