



Un partenariat stratégique entre PMS et AAA Data booste le ciblage vidéo de la campagne de Direct Assurance

Grâce au partenariat stratégique entre **Prisma Media Solutions**, leader dans les solutions d'efficacité digitale, et **AAA Data**, acteur de référence de la donnée valorisée automobiles, **Direct Assurance**, sous l'impulsion de l'agence **Initiative** (IPG Mediabrands) a significativement amélioré la précision de sa campagne.

Cette collaboration unique a exploité la précision des données de AAA Data pour lancer une campagne vidéo innovante, ciblant précisément les **consommateurs susceptibles d'acheter un véhicule dans les six prochains mois**.

L'alliance des données d'AAA Data avec les capacités programmatiques avancées de Prisma Media Solutions a permis une **diffusion publicitaire à la fois ciblée et efficace**. Basée sur un modèle prédictif d'achat enrichi par un historique de données détaillé, cette stratégie publicitaire marque une avancée significative dans le domaine du ciblage publicitaire.

Les résultats de cette campagne ont surpassé les benchmarks de Prisma Media Solutions, **avec une visibilité de 82% et un taux de complétion de 81%**. De plus, l'indicateur de l'attention, également un KPI clé pour la campagne branding, a enregistré **une durée d'attention moyenne de 2,7 secondes**, selon xpln.ai. Ces chiffres témoignent non seulement de l'efficacité de cette méthode de ciblage, mais aussi de sa pertinence dans le contexte marketing actuel.

"Cette campagne illustre notre capacité à intégrer des données pertinentes pour optimiser la précision et l'efficacité des campagnes publicitaires. Notre collaboration avec AAA Data et Mediabrands a permis d'atteindre un niveau de ciblage particulièrement adapté aux besoins spécifiques de Direct Assurance. »

Paul Ripart, Directeur Programmatique et Data chez Prisma Media Solutions

« Notre partenariat data permet à Prisma Media Solutions de cibler les clients dans leur moment de vie automobile, démarche fondamentale qui doit être de plus en plus intégrée au sein des directions marketing »
Patricia Renaud, Directrice Commerciale et Marketing de AAA DATA.

« L'accès à la donnée AAA, via notre partenaire Prisma Media Solutions, est un véritable atout dans notre stratégie de ciblage : elle vient répondre à notre demande de précision afin de détecter les personnes susceptibles de transformer (changer d'assurance automobile en même temps que leur véhicule). Le taux de complétion de plus de 81% témoigne de la réussite de cette activation tactique. » **Manon Castex, Digital Manager chez Initiative (IPG Mediabrands)**

L'ENGAGEMENT FAIT LA DIFFÉRENCE

Prisma Media Solutions, régie publicitaire du groupe Prisma Media, accompagne ses clients à chaque étape de leur réflexion médias. Avec une audience mensuelle de 39 millions* de lecteurs et un portefeuille diversifié de 35 marques, couvrant à la fois le secteur du luxe (Harper's Bazaar, Milk, Côté Maison...) et des domaines plus grand public (Femme Actuelle, Capital, GEO, Voici, Télé-Loisirs...), Prisma Media est leader de la presse magazine et des médias en ligne. En cultivant des marques médias désirables et en favorisant l'innovation, Prisma Media Solutions s'affirme comme un partenaire stratégique pour la croissance et le rayonnement des marques.

Contact : Adeline Desdoit, Directrice Hub Communication PM, adesdoit@prismamedia.com

PRISMAMEDIASOLUTIONS.COM

