

Cas de campagne



Septembre/Octobre 2018

Communiquer sur **un temps fort du secteur** et mettre en avant les **prix concurrentiels** du réseau immobilier

Les objectifs de la marque



Communiquer sur **un temps fort** favorable à l'achat



Travailler **l'image d'expertise** de la marque



Mettre en avant **les prix compétitifs** du réseau d'agences

La réponse de 20 Minutes



Du **contenu sur mesure sur le digital** incluant **une série de 8 articles et 8 vidéos** répertoriant **les bons plans immobiliers**



Une page de **publicité dans le print** sur le réseau national

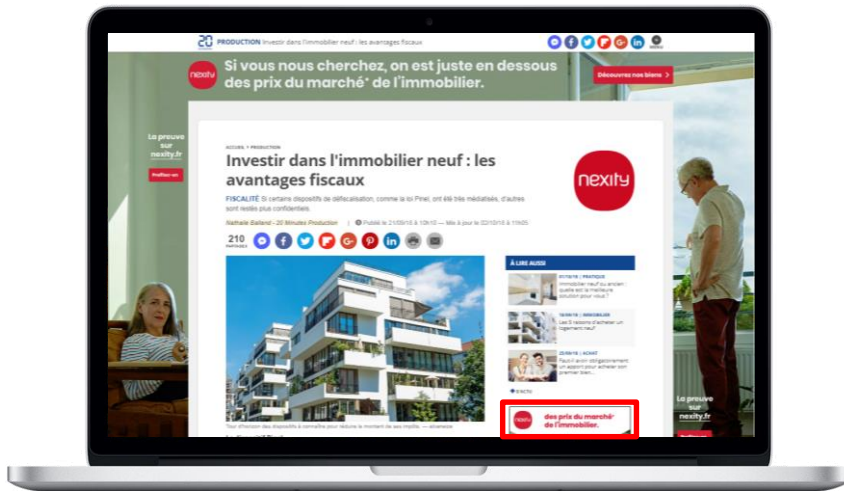


Cas de campagne

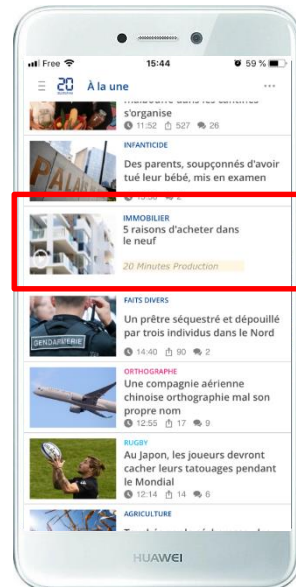


Septembre/Octobre 2018

Sur le **digital**, **8 articles** et **8 vidéos** présentant les avantages d'acheter un bien immobilier et comment bien s'y préparer



Site desktop



Push Native



Push Facebook



Vidéo embeddée dans l'article

- Pushée sur un espace dédié, en native édito et sur Facebook
- + de 90 000 Visiteurs Uniques sur un mois



Cas de campagne



Septembre/Octobre 2018

Sur **le print**, **1 page de publicité dans 4 datés distribués** sur l'ensemble du réseau national de 20 Minutes



[7,2 M]
de lecteurs touchés*



* Source : ACPM ONE 2017, plan presse 4 insertions

