

COMMENT OPTIMISER SA PRISE DE PAROLE AUTOUR D'UNE OFFRE SAISONNIÈRE ?

Les objectifs de l'annonceur

- Rappeler les enjeux et le contenu de la Loi Montagne II
- Communiquer sur les offres Michelin d'hiver au niveau national avec une diffusion accrue sur les zones stratégiques

La réponse de 20 Minutes

Un dispositif 100% digital avec :

- 1 publi-rédactionnel digital habillé aux couleurs de la marque
- 1 vidéo PlayOne diffusée au national avec une surpression sur les zones blanches et en IDF
- 1 campagne pub programmatique avec un volet multi-sites pour une couverture étendue





Novembre –
décembre 2021

UN CONTENU INÉDIT POUR SURFER SUR UNE ACTUALITÉ « CHAUDE »

1 publi-rédactionnel digital

- Réalisé par 20 Minutes Production, l'agence de contenu de 20 Minutes, et co-écrit avec la marque
- Médiatisation : habillage de l'article aux couleurs de l'annonceur et native Ad sur la HP du site 20 Minutes

1,1 M
d'impressions



Source : AT Internet – Campagne du 9 novembre au 7 décembre 2021

UNE VIDÉO PÉDAGOGIQUE POUR VALORISER SON EXPERTISE

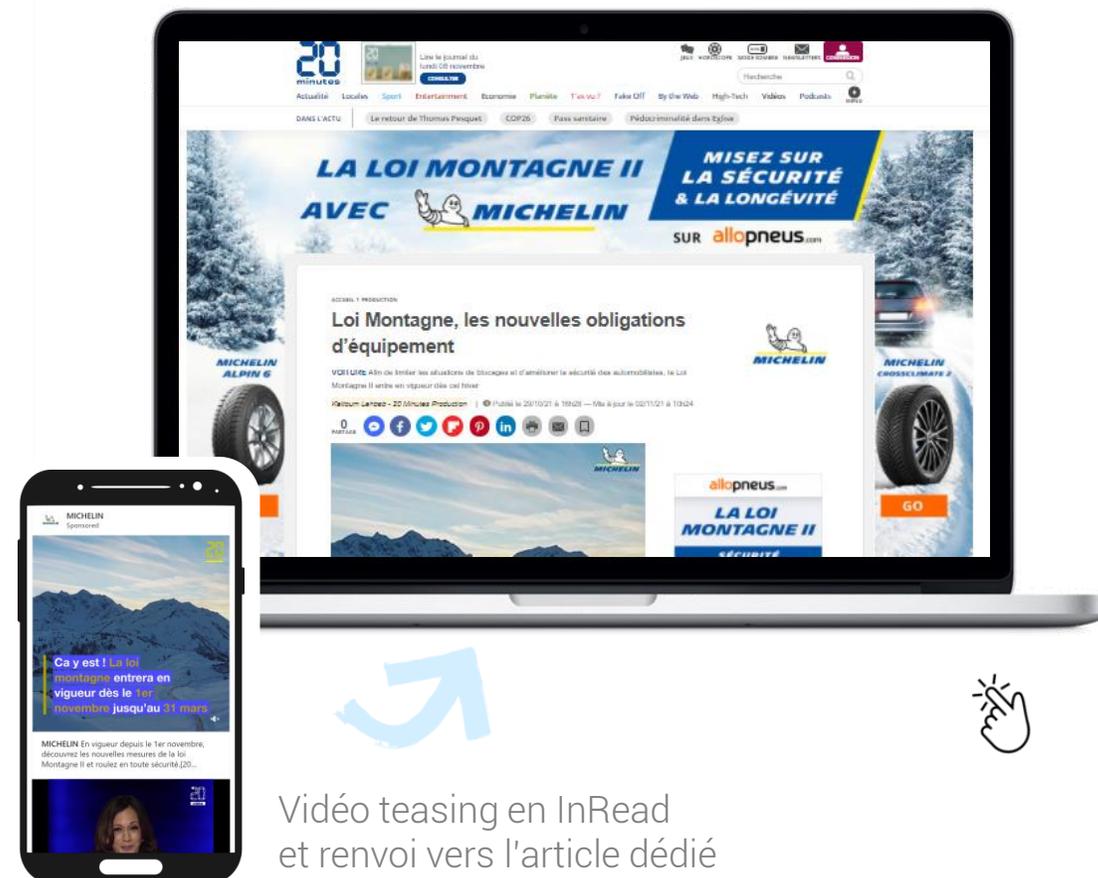
1 vidéo PlayOne

- Un contenu vidéo créé sur-mesure pour surfer sur l'actu marché du moment
- Diffusion : national + sur-pondération dans les zones blanches et en IDF
- Médiatisation : Inread sur le site 20 Minutes + push Facebook

1,4 M
de vidéos vues

2 846
interactions 

Réactions, commentaires, partages



Vidéo teasing en InRead
et renvoi vers l'article dédié



Novembre –
décembre 2021

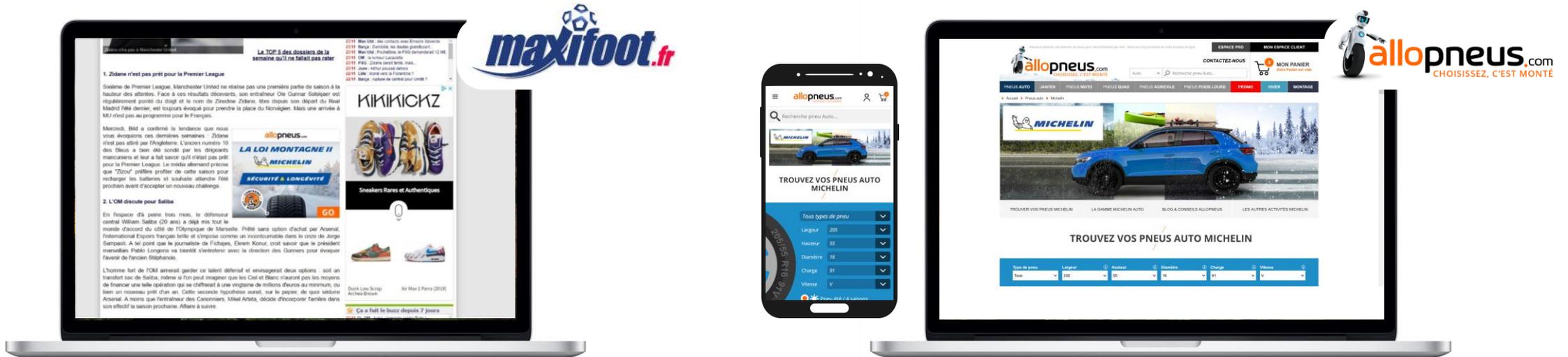
UN DISPOSITIF PUBLICITAIRE MULTI-SITES OPTIMISÉ

44% des impressions réalisées sur les zones blanches

1 campagne pub multi-sites

- Un dispositif programmatique multi-sites pour pusher les 2 offres de l'annonceur

4,5 M d'impressions



Source : additi – Campagne programmatique du 9 novembre au 7 décembre 2021