

POURQUOI LE RETAIL MEDIA NE DOIT PAS ÊTRE QU'UNE AFFAIRE DE GROS...



« 75% des ajouts au panier en search se font au-dessus de la ligne de flottaison. »

Chloé Chardon, CEO bascule



« Nous allouons 10% de notre budget média au e-retail. »

Philippe Lalère, Directeur Marketing Cofigéo (William Saurin, Panzani, Zapetti)

ENJEUX



Fréquence d'achat

78% des foyers achètent la catégorie, mais seulement avec 4 actes d'achat par an.



Pénétration

Faible visibilité de la catégorie « plats préparés » et des produits Zapetti et Panzani rangés en bas de page.



SOLUTIONS



Emergence

Investissement en retail-media pour travailler les positions de marques.

Search en fil-rouge pour remonter dans le ranking des pages.



Cross marketing

Display pour mettre en avant les marques dans des catégories cross beaucoup plus visitées.