

ÉTUDE DE CAS / MESSAGES AUDIO DANS UNE SUCCURSALE

## Diriger les clients vers les rayons avec les publicités audio de Walmart en succursale

Une campagne de publicités audio dans les succursales permet à une marque de jouets populaires de réaliser une hausse impressionnante des ventes pour un nouveau produit.





## Possibilités

La marque d'un jouet cherche à augmenter ses ventes grâce au lancement d'un premier produit sur le marché, dans certaines succursales seulement.

## Objectifs

- Accroître la notoriété
- Augmenter les ventes

## Solution

Nous avons utilisé des publicités audio dans les succursales de Walmart afin d'attirer l'attention des clients quand ils explorent les allées. Les publicités présentaient un texte convaincant conçu pour diriger l'intérêt des clients vers le nouveau produit. Étant donné la popularité de la marque, notre principal objectif était d'accroître la notoriété de ce nouveau produit.





### Supports

Nous avons recommandé l'utilisation des publicités audio de Walmart en succursale pour communiquer avec les clients présentant une haute intention d'achats et afin de rester en haut de leurs priorités pendant tout leur parcours de magasinage chez Walmart. Cette stratégie percutante a permis à la marque de jouets de créer de la notoriété et d'encourager les essais lors du lancement du nouveau produit.



### Public

Pour le lancement, la marque de jouets a utilisé une stratégie de ciblage géographique centrée sur une ville clé.



### Contenu créatif

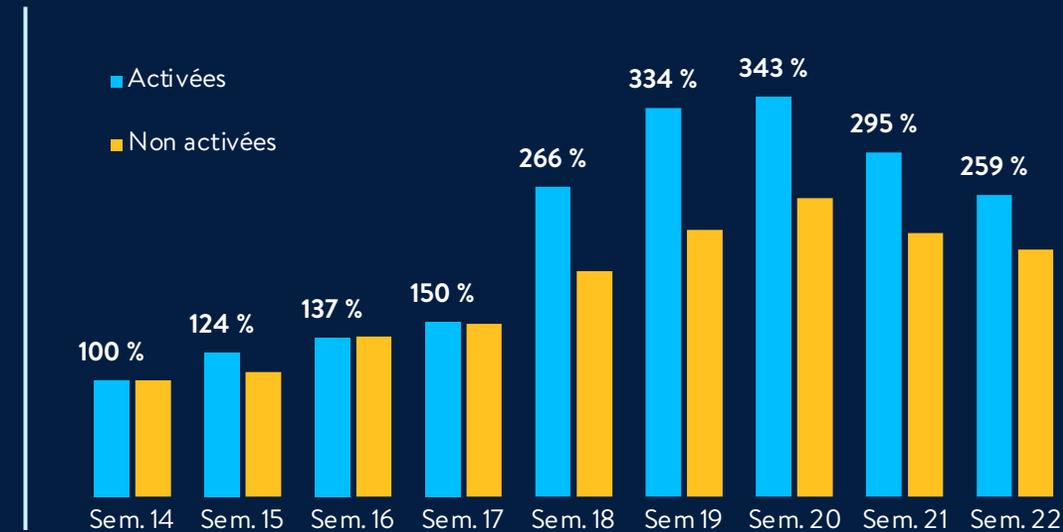
La stratégie du contenu créatif a joué un rôle déterminant dans le succès de cette campagne en succursale, car elle comprenait un texte pertinent et accrocheur.

- Nous avons utilisé une musique débordant d'énergie qui a produit de l'enthousiasme, et des sons propres à la marque ont permis de rappeler la marque et sa notoriété.
- Une communication claire et concise décrivait le produit et précisait dans quel rayon il se trouvait.



# Résultats

Les succursales activées ont enregistré **une hausse de 50 % des ventes** par rapport aux succursales non activées.



235 %

d'augmentation  
des ventes en juin  
au-dessus de la base

50 %

de hausse  
des ventes



## Points importants

### **Passez en haut des priorités sans être intrusif.**

Donnez à votre marque la possibilité de passer en haut des priorités des clients en les atteignant lorsqu'ils viennent dans la succursale avec l'intention d'acheter.

### **Optimisez la notoriété pour attirer l'attention.**

Utilisez des sons connus, des ritournelles publicitaires ou des voix pour attirer l'attention des acheteurs de manière plus efficace. Cette proximité crée un sentiment de confiance et d'identification, et les clients sont alors plus enclins à s'intéresser au produit.

### **Dirigez les clients vers les rayons grâce à la rédaction de textes stratégiques.**

La conception d'un texte audio ciblé peut non seulement générer de l'intérêt, mais aussi diriger les clients directement vers l'emplacement du produit. Les annonces directes permettent de transformer la sensibilisation en action, en conduisant à un engagement immédiat et un achat.

