

Starbucks Showcase

Avec le concours de Mediaschneider SA à Zurich, Livesystems a réalisé une campagne Drive-to-Store pour le compte de Starbucks Suisse. Il s'agissait, dans les transports publics, d'inciter les visiteurs à se rendre dans les salons situés dans leur environnement. Grâce au Geo-Targeting de Livesystems, les salons situés dans un rayon de 300 m et pouvant être visités lors du prochain arrêt ont fait l'objet d'une publicité.



Configuration



Générer le taux de pénétration pour un groupe cible défini grâce aux écrans numériques disponibles dans l'espace public



Diffusion dans un rayon de 300 m grâce au Geo-Targeting



Day-/Time-Targeting pour des campagnes encore plus dynamiques



Résultats de l'étude de marché

49% des personnes qui peuvent se souvenir d'une publicité ont visité Starbucks après avoir regardé cette publicité. Après la diffusion de la publicité, la fréquence des visites régulières (au moins deux fois par mois) des personnes qui l'ont regardée augmente de 11% par rapport à la fréquence des visites avant la diffusion de la publicité.*

« Grâce à l'orientation ciblée de campagnes dans les environs de nos Coffee-Houses et au format publicitaire qui ne passe pas inaperçu, nous sommes parvenus à renforcer l'efficacité et l'impact de notre campagne. »

Starbucks
Kerstin Goutier-Sauer,
Marketing Manager

* Résultats de l'étude de marché de la campagne Starbucks, réalisée par dieMarktforscher.org, 2021.