



Contexte

Le magasin Leroy Merlin de Rueil-Malmaison a décidé d'arrêter complètement le tract papier et de basculer l'intégralité de son budget dans la solution digitale développée par ARMIS, dans le but d'attirer plus de consommateurs en magasin pendant les périodes de promotions.

Cette solution de publicité Multilocale transforme le contenu de l'opération présent dans le tract en contenu digital.

La publicité Multilocale a ainsi permis au magasin de communiquer au plus près de sa clientèle locale et de mieux comprendre ses besoins. Les résultats de l'opération ont en effet permis une analyse des produits mis en vente, plus particulièrement de la pertinence de leur référencement.

Résultats



1
TRACT
PAPIER

=

2
CONTACTS
ARMIS



Hausse part de marché des produits
tractés de

8% à 10%
DU CHIFFRE D'AFFAIRES



Taux de clic

X8
LA MOYENNE DU MARCHÉ



Audience atteinte

188 384
PERSONNES TOUCHÉES AU PLUS
PROCHE DU MAGASIN EN 20 JOURS

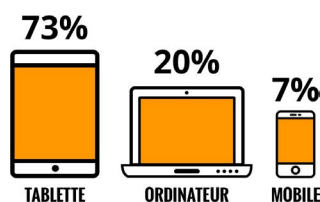
Comment digitaliser vos tracts en optimisant la pertinence de votre offre au local ?

Le cas ARMIS et Leroy Merlin Rueil-Malmaison

Dispositif

Des publicités Multilocales associées à des produits au plus près des magasins

La technologie de publicité Multilocale d'ARMIS se charge de diffuser les messages publicitaires les plus pertinents autour de chaque magasin.



Qu'ils naviguent sur **ordinateur**, **mobile** ou **tablette**, les consommateurs situés dans la zone de chalandise du magasin sont susceptibles d'être exposés au message (Répartition des devices sur la campagne).



Les clients à proximité de chaque magasin Leroy Merlin sont exposés à des messages brandés Leroy Merlin et du magasin concerné.

La publicité Multilocale est un réel outil d'assortiment. Le robot du dispositif publicitaire déployé analyse l'attractivité de chaque produit et met en avant ceux qui suscitent le plus d'intérêt chez les personnes exposées aux publicités grâce à une technologie de **machine learning**.

Cette analyse permet ensuite au magasin de mieux comprendre les besoins de ses clients et d'adapter son offre en conséquence. Cela lui permet également de faire des recommandations plus adaptées et de mieux gérer ses stocks.

Leroy Merlin Rueil Malmaison - Étagère résine 5 tablettes
 Annonce www.leroymerlin.fr/v3/p/produits/etagere-resine-5-tablettes-noir-190xh180xp40-cm-e140...
 Étagère 5 Tablettes Résine est à 19,9€, profitez-en !
 Offre du 30/1 au 6/2. Promotions Leroy Merlin. Offres près de chez vous

Image 1 : Exemple de publicité Google



Image 2 : Exemple de bannière publicitaire sur site tiers



Image 3 : Exemple de publicité Facebook

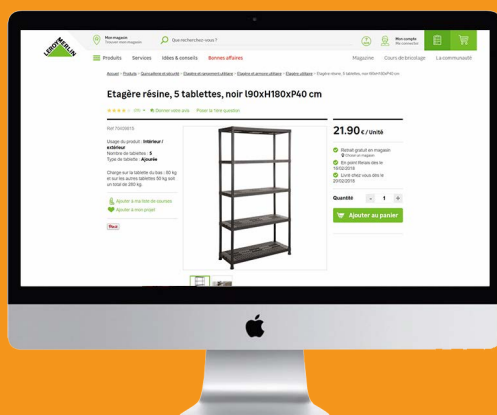
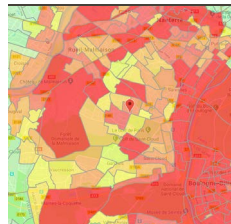


Image 4 : Renvoi sur la fiche produit du site Leroy Merlin

Les produits suivants se sont par exemple distingués lors de la campagne menée avec le magasin Leroy Merlin de Rueil :

- ✓ Ensemble Meuble (26% des clics)
- ✓ Rideau Thermique (18% des clics)
- ✓ Lamelles occultantes pvc (9% des clics)

Ils cumulent à eux trois plus de 50% du nombre de clics total, sur un total de 202 produits.



L'outil permet également une analyse géographique, en identifiant la provenance des clics sur les différentes publicités grâce à une carte de chaleur. Le magasin peut ainsi apprendre des informations précieuses sur la localisation de ses clients et décider de se concentrer sur certaines zones.

En conclusion, le magasin Leroy Merlin de Rueil-Malmaison a décidé d'arrêter complètement le tract papier et de basculer l'intégralité de son budget à la publicité Multilocale ARMIS.

Un renvoi sur le site marchand du magasin pour renforcer l'image de marque

En cliquant sur ces messages publicitaires, les consommateurs sont dirigés vers les fiches produits des articles sur le site internet du magasin Leroy Merlin concerné (image 4). Ce renvoi permet à l'enseigne physique d'attirer plus de trafic sur son site et d'y vendre ses produits en ligne.



« Nous avons observé que nous faisons une progression de 15% sur les produits tractés pendant la période de notre opération commerciale, et que notre part de marché des produits tractés est passée de 8% à 10% de notre chiffre d'affaires. Cela nous a prouvé que nous pouvions largement faire le deuil du tract et qu'il existe des moyens plus efficaces. »

- déclare **Lorraine Valsasina**,
 Directrice de Magasin Leroy Merlin Rueil-Malmaison -



ARMIS

contact@armis.tech