

JPO : 9 LEVIERS INDISPENSABLES

pour en faire une réussite



SOMMAIRE

Contexte et objectifs	.1
Chiffres clés	.2
Nos recommandations	
+ LEVIERS INNOVANTS	.4
+ CAMPAGNES SPONSORISÉES	.17
+ CANAUX TRADITIONNELS	.20
Contact	.27

Cet ebook réalisé par [Digitaleo+](#) a pour objectif de vous fournir une **approche multicanale efficace**, adaptée aux spécificités des réseaux de points de vente et permettant de **dynamiser les ventes des soldes** en tirant parti de l'ensemble des leviers disponibles.

Contexte & objectifs

Les Journées Portes Ouvertes (JPO) sont des moments clés pour attirer, informer et convaincre un public cible. Maximiser l'impact de vos JPO demande une **stratégie bien pensée et des leviers marketing efficaces**.

À l'ère du digital, les outils de communication ont évolué, offrant de nouvelles opportunités pour capter l'attention et générer du trafic qualifié. Dans cet ebook, nous allons explorer **9 leviers indispensables** pour optimiser vos JPO et maximiser votre retour sur investissement.

Grâce à des stratégies innovantes et des outils performants, vous disposerez de toutes les clés pour **transformer votre événement en un véritable succès**.



Chiffres clés

80%

des chances de conversion en plus sont obtenues grâce à une campagne combinant plusieurs canaux*.

90%

des consommateurs sont plus enclins à se rendre à un événement après avoir vu une publicité digitale ciblée**.

73%

des consommateurs utilisent plusieurs canaux pendant leur parcours d'achat***.

*Source : Think with Google.

**Source : eMarketer.

***Source : Google.

Nos recommandations

Des conseils pratiques

Leviers innovants

DOOH

C'est quoi ?

- + **Visibilité accrue**
Diffusez vos publicités dans des zones à fort trafic.
- + **Ciblage précis**
Choisissez les écrans sur lesquels vous souhaitez diffuser.
- + **Attirez l'attention**
Grâce à des spots animés, rendez votre audience attentive.

DOOH
en chiffres

33K

écrans disponibles en France.

+40%

spots certifiés (vs 2023)*.

30%

d'augmentation moyenne du trafic en magasin est observée grâce à une campagne DOOH bien ciblée**

*Source : ACPM DOOH TRUST BILAN SI 2024.

**Source : Digital Signage Today.

Pourquoi le tester ?



Augmentez votre visibilité

Le DOOH vous permet de toucher un large public en diffusant vos messages dans des lieux à fort trafic, ce qui booste la notoriété de votre marque.

Publicités personnalisées

Vous pouvez adapter vos messages en fonction du lieu, de l'heure ou de l'audience pour rendre vos publicités plus pertinentes et efficaces.

Diffusion en temps réel

Le DOOH vous permet de modifier vos contenus instantanément, en fonction de l'audience ou des conditions, pour rester toujours pertinent.

Multipliez vos canaux

Le DOOH peut être intégré dans une stratégie multicanale, maximisant ainsi l'impact de vos campagnes et renforçant votre présence partout.

TV SEGMENTÉE

C'est quoi ?

- + **Spot TV**
 - ✓ Audience de masse
 - ✗ Personnalisation
 - ✗ Optimisation
 - ✗ Performance

- + **TV Segmentée**
 - ✓ Ciblage individuel
 - ✓ Personnalisation
 - ✓ Optimisation
 - ✓ Performance

**La puissance de la TV
alliée au ciblage
marketing.**

TV Segmentée en chiffres

1er

média générateur de trafic
pendant les JPO : la TV*.

61%

des ventes générées par le Media
le sont grâce à la TV**.

*Source : ROITV5, Nov. 2024.

**L'auto est le secteur avec le
meilleur ROI sur la TV segmentée !**

Pourquoi le tester ?



Moins chère que pub TV linéaire

La TV segmentée permet de diffuser vos spots à un coût réduit par rapport à la TV traditionnelle, tout en conservant un fort impact.

Ciblage plus précis

Touchez uniquement les foyers pertinents grâce à un ciblage basé sur des critères précis : localisation, centres d'intérêt, comportements, etc.

Une stratégie multicanale

Intégrez la TV segmentée à vos autres canaux digitaux (DOOH, social ads, etc.) pour maximiser votre portée et votre engagement.

Mesure des performances

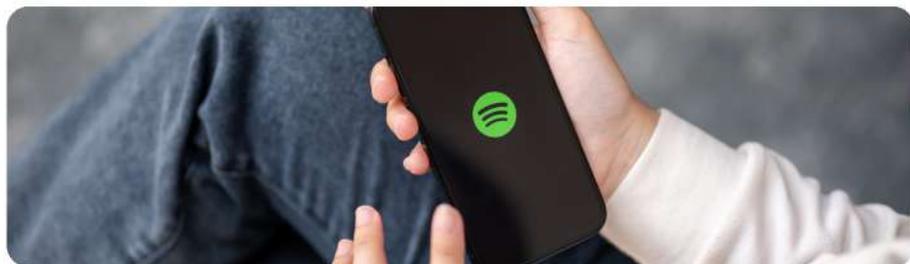
Accédez à des données précises pour analyser l'impact de vos campagnes et ajuster vos stratégies en temps réel.

AUDIO DIGITAL

C'est quoi ?

- + 16,3M d'utilisateurs**
En France, 58% sont free users avec 2h/jour d'écoute en moyenne.
- + Performance**
Mémorisation du message 5 fois plus importante que sur les autres leviers
- + Accessibilité locale**
Critères de ciblage : localisation, âge, genre, préférences musicales.
- + Format non-intrusif**
Publicités audio intégrées dans les moments d'écoute (playlists, podcasts...)

Pourquoi le tester ?



De nouveaux prospects

Touchez une audience large et qualifiée grâce à des messages audio immersifs diffusés sur Spotify.

Générez du trafic

Incitez vos prospects à se déplacer en diffusant des offres ciblées et percutantes au bon moment.

Ciblage précis

Affinez votre audience selon l'âge, les centres d'intérêt, la localisation ou les habitudes d'écoute pour un impact maximal.

Une audience attentive

Les utilisateurs de Spotify sont engagés et réceptifs, ce qui maximise la mémorisation et l'efficacité de vos messages.

DISPLAY



C'est quoi ?

- + **Diffusion**
Diffusez sur un réseau de sites premium et adapté, avec cadre de diffusion géolocalisé.
- + **Formats engageants**
Différents types de formats : interstitiel, pavé et bannière.
- + **Visibilité**
Visibilité mobile et desktop (possibilité 100% mobile).

Pourquoi le tester ?



Une audience affinitaire

Diffusez vos annonces auprès d'utilisateurs ayant un réel intérêt pour vos produits ou services.

Maximisez la diffusion

Touchez une large audience sur des sites stratégiques pour accroître votre visibilité.

Générez du trafic

Attirez plus de visiteurs vers votre site ou point de vente grâce à des formats impactants.

Suivi des performances

Analysez vos résultats en temps réel pour optimiser vos campagnes et maximiser votre ROI.

A hand holding a smartphone is shown in the lower-left corner. Above it, three white message icons with checkmarks are floating. In the top-left corner, a large white circle with a colorful gradient border contains the text 'RCS'.

RCS

C'est quoi ?

- + SMS 2.0**
Un message enrichi, différenciant qui favorise l'engagement et la fidélité grâce à une expérience client originale.
- + Contenu impactant**
Photos, vidéos, carrousels ce qui n'était pas possible dans un SMS classique.
- + Interactions**
Adaptez le contenu envoyé en fonction des réponses de vos prospects.

Pourquoi le tester ?



Plus de caractères

Envoyez des messages plus longs et enrichis pour mieux informer et engager vos prospects :
+1 000 caractères

Marques et expéditeurs

Affichez votre nom et logo pour renforcer la confiance et l'impact de vos communications.

IOS éligible en 2025

Avec l'arrivée du RCS sur iPhone, touchez encore plus de clients via une messagerie enrichie.

Campagnes sponsorisées

ADS

C'est quoi ?

- + **Campagnes sponsorisées**
Sur Google Ads ou Meta, elles sont idéales pour promouvoir vos JPO.
- + **Notoriété locale**
Grâce aux critères de ciblage, vous pouvez promouvoir vos JPO au local !
- + **Acquisition de leads**
Elles sont très efficaces pour acquérir de nouveaux leads.
- + **Créa impactante**
Soignez vos creatives pour donner envie à votre audience de venir à vos JPO.

Pourquoi le tester ?



Des leads qualifiés

Sur Google comme sur Meta, les campagnes sponsorisées vous permettent de cibler une audience qualifiée et intentionniste et de l'inviter à se rendre à vos JPO. C'est un format engageant qu'il ne faut pas négliger.

Géolocalisation de l'annonce

Vous avez la possibilité de cibler géographiquement votre annonce autour de votre point de vente afin que seules les personnes à proximité la voient pour plus d'efficacité !

Diversifiez les formats

Grâce à la créa, vous avez la possibilité de donner un maximum d'informations sur vos JPO afin de donner envie à votre audience de vous y rejoindre. Il faut donc miser sur des créas impactantes et engageantes en privilégiant le format vidéo pour plus de dynamisme.

Canaux traditionnels

EMAIL

C'est quoi ?

- + **Email spécifique**
Envoyez une invitation à vos JPO par email à votre base de données clients ou à une base de données louée !
- + **Contenu complet**
Photos, informations détaillées et boutons de redirection vers une LP d'inscription.
- + **Intéactions**
Programmez un email de relance quelques jours avant le début de l'évènement.

Pourquoi le tester ?



Un canal historique

L'email reste aujourd'hui un des canaux les plus utilisés par les particuliers comme les entreprises, il ne faut donc pas le négliger.

Tout est dans l'objet !

Travaillez votre objet de mail, c'est de lui que dépend l'ouverture de celui-ci ! Privilégiez un objet intrigant voire personnalisé avec le nom du destinataire.

Champs personnalisables

Personnalisez votre email pour le rendre encore plus impactant pour vos lecteurs ! Ajoutez le prénom de votre destinataire dans l'invitation au JPO. Il se sentira encore plus concerné par votre évènement.

💡 Pensez à nettoyer votre base de donnée pour ne pas dépenser sur des adresses obsolètes !

POST ORGANIQUE

C'est quoi ?

- + **Réseaux Sociaux**
Les posts organiques sont les publications que vous postez sur Facebook et Instagram.
- + **Formats variés**
Photos, vidéos, carrousels, multipliez les formats pour plus de visibilité.
- + **Communauté**
Les posts organiques sont le meilleur moyen de faire grandir votre communauté.

Pourquoi le tester ?



Engagement et authenticité

Les posts organiques permettent de toucher une audience déjà engagée avec la marque, notamment les abonnés qui ont un intérêt réel pour l'événement. Cela favorise l'interaction et le bouche-à-oreille.

Une stratégie multicanale

Contrairement aux publicités payantes, les posts organiques ne nécessitent aucun budget, ce qui en fait un excellent levier pour maximiser la visibilité d'une JPO sans surcoût.

💡 Pensez au boost de post pour offrir plus de visibilité à vos posts organiques !

Crédibilité et réassurance

En partageant des témoignages d'anciens visiteurs, des coulisses ou des réponses aux questions fréquentes, les posts organiques renforcent la confiance et encouragent la participation.

Mesure des performances

Publier régulièrement du contenu organique autour des JPO permet d'entretenir la présence de la marque sur les réseaux sociaux, d'augmenter la reconnaissance auprès de l'audience cible et d'attirer de nouveaux prospects intéressés par l'événement.

C'est quoi ?

- + **Fiche Google My Business**
C'est un type de post que vous pouvez publier sur votre fiche GMB.
- + **Actualités**
Présentez des événements et ajoutez des horaires ou des liens d'inscription.

Pourquoi le tester ?



Visibilité immédiate au local

Les Google Posts apparaissent directement sur la fiche Google My Business, ce qui permet de capter l'attention des internautes cherchant des informations sur l'entreprise et d'attirer un public local pertinent.

Incitation à l'action

Avec des boutons d'appel à l'action comme "S'inscrire", "En savoir plus", ou "Réserver", les Google Posts facilitent le passage à l'action et augmentent les inscriptions aux JPO.

Un levier gratuit

Contrairement aux publicités payantes, les Google Posts sont totalement gratuits et offrent une opportunité supplémentaire de communiquer sans budget supplémentaire.

Référencement local & SEO

En publiant régulièrement des Google Posts avec des mots-clés pertinents, on améliore la visibilité de la fiche Google My Business dans les résultats de recherche et sur Google Maps, ce qui attire plus de visiteurs qualifiés.

Digitaleo+

+ de créa
+ de performance
+ d'innovation



Madeline

Creative
Strategist



Kaicy

Graphiste



Maëva

Traffic
Manager



Astrid

Cheffe de
Projet

Vous voulez en savoir +++ ?

Contactez-nous !

www.digitaleo.com

01 88 33 67 54

Digitaleo, La puissance d'une plateforme associée à une équipe d'experts



Do it yourself



**Une seule plateforme
pour gérer tout votre
marketing local**



Do it with me



digitaleo+

**Une agence pour piloter
votre stratégie nationale
et multi-locale**

