

«NOUS FÉLICITONS MARCO ODERMATT»... À TRAVERS DES SPOTS RADIO BASÉS SUR LES DONNÉES DES COURSES DE SKI

La société de radiodiffusion Swiss Radioworld a réalisé une campagne radio basée sur les données relatives à un événement pour le fabricant d'appareils électroménagers Electrolux et son agence Zenith Media. Tout au long des derniers jours de la Coupe du monde de ski alpin 2020-2021, des spots radio ont été diffusés en Suisse alémanique en fonction des résultats de Marco Odermatt, skieur alpin et ambassadeur de la marque Electrolux.

La campagne

Média: radio

Type de publicité: spots radio basés sur des données relatives à un événement

Secteur: appareils électroménagers

Groupe cible: personnes entre 30 et 59 ans

Objectif de la campagne: publicité pour le jeu-concours, branding

Situation initiale

Le fabricant d'électroménager Electrolux entretient déjà depuis 2014 un partenariat premium avec le skieur Marco Odermatt. Afin de soutenir et féliciter son ambassadeur à la fin d'une saison réussie, mais aussi de faire la promotion d'un **Meet and Greet exclusif**, Electrolux a rapidement décidé de lancer une campagne spéciale le week-end du 18 au 21 mars.

Réalisation

Afin de lancer la publicité la plus adaptée possible pendant les dernières courses de la Coupe du monde de ski alpin 2020-2021, Swiss Radioworld a conçu pour Electrolux et son agence principale Zenith Media une campagne radio basée sur les données relatives à l'événement, dont la diffusion est flexible et entièrement automatisée.

Spots radio basés sur des données relatives à l'événement

Une fois les premières idées développées, les moyens publicitaires ont été planifiés et produits en parallèle. En l'espace de deux jours, les spots radio étaient prêts à être diffusés en fonction des résultats de Marco Odermatt. Les spots ont donc été conçus en trois versions, félicitant respectivement le skieur pour avoir réalisé une saison de ski réussie, avoir remporté la Coupe du monde ou avoir gagné le petit globe de cristal. Chaque spot comportait une incitation à participer au jeu-concours et était programmé dans le cadre d'un concept de diffusion détaillé en fonction du déroulement des courses et du classement final d'Odermatt. Ils ont été diffusés en Suisse alémanique sur plusieurs stations de radio privées.

Réalisation technologique

Swiss Radioworld a développé les solutions de ciblage basées sur des données relatives à l'événement en collaboration avec le prestataire de technologie adremes. Grâce au module «added data», qui permet d'enrichir l'inventaire publicitaire de données disponibles de manière centralisée (par exemple des données météorologiques, des informations sur le trafic ou même des résultats sportifs), les créneaux publicitaires radio peuvent être négociés de manière plus ciblée et plus souple. Cela crée de multiples possibilités pour diffuser des publicités innovantes, notamment, comme c'est le cas ici avec la diffusion entièrement automatisée de spots radio selon les résultats obtenus par Marco Odermatt.

Parallèlement à la campagne radio, des publicités basées sur des données relatives à l'événement ont également été diffusées à la télévision et en ligne.

Résultats

Les spots radio basés sur les données relatives à l'événement ont largement contribué au succès de la campagne réalisée autour de Marco Odermatt et ont boosté la notoriété de la marque lors de leur diffusion. Ils ont généré 2,4 millions de contacts au total, ce qui correspond à une portée de 24% dans le groupe cible concerné. En outre, la publicité radio a directement engendré près de 6% de toutes les inscriptions au concours.

«Grâce à la diffusion de spots radio adaptés au cours de l'événement, nous étions préparés à toutes les éventualités et avons pu attirer, immédiatement après la course, une grande attention sur notre marque et le jeu-concours pour gagner un Meet and Greet avec Marco Odermatt», affirme Stefano Grasso, PR & Communication Manager chez Electrolux.

Première en Europe, cette campagne radio entièrement automatisée a pu être retransmise sur des stations de radio classiques et a donné aux clients des possibilités de réalisation créatives. Comme l'a confirmé Yanick Schönenberger, Account Manager chez Zenith Media:

«La campagne radio basée sur l'événement a très bien complété la planification des activités organisées autour de Marco Odermatt, ambassadeur de la marque Electrolux. Cela a permis de créer une campagne à 360° impliquant plusieurs points de contact. La campagne radio nous a donné la possibilité de passer à la réalisation à très court terme, et la diffusion automatique des spots, basée sur le cours de l'événement, a favorisé une communication adaptée au contenu des différents scénarios. La campagne a pu être planifiée et réalisée en deux jours, y compris la production de trois versions différentes des spots. La rapidité de la réalisation et la flexibilité de la diffusion, même le week-end, ont largement contribué au résultat très positif de la campagne.»

Responsables de la campagne chez Electrolux Suisse: Roland Bienz (Director Marketing), Linda Mall (Senior Experience and Activation Manager), Isabel Loos (Junior Activation Manager), Isabelle Studer (Activation Manager), Livia Blank (Junior Digital Manager), Stefano Grasso (PR & Communication Manager)

Responsables chez Zenith Media: Yanick Schönenberger (Account Management), Noémi Schneider (Electronic Media Planning and Buying)

Responsables chez Swiss Radioworld: Darko Dunjic (Sales Director), Fabian Zeller (Agency Manager Planning)

Pouvons-nous également vous aider lors de votre prochaine campagne radio?

DarkoDunjic, Sales Director Swiss Radioworld, vous répondra avec plaisir par téléphone au **+41 44 485 42 92** ou par mail à darko.dunjic@swissradioworld.ch.