



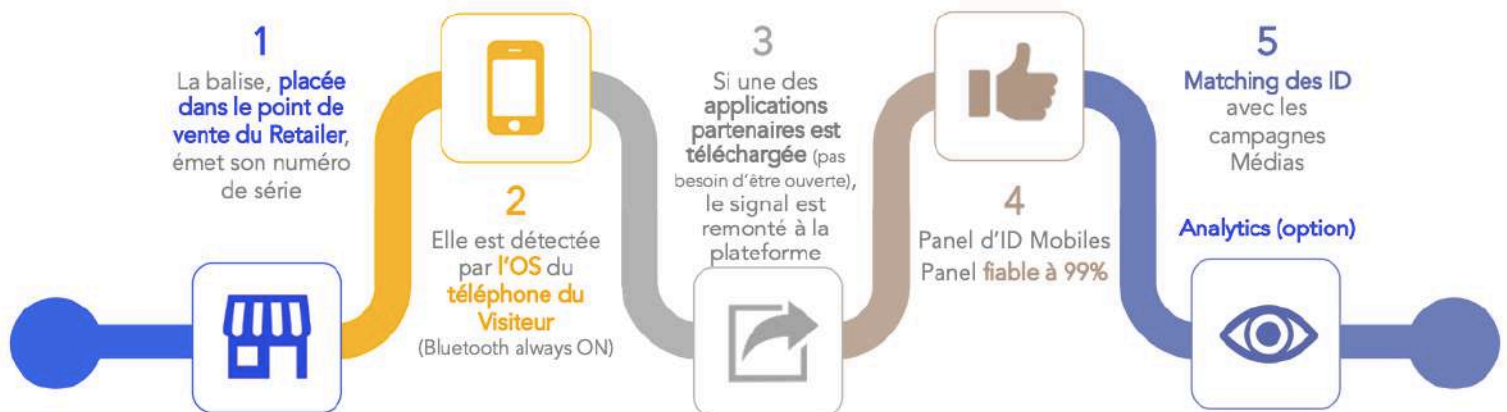
350 Millions d'euros de Chiffre d'affaires, 120 magasins

## La mission de Mobsuccess ?

Identifier le dispositif drive to store gagnant pour augmenter le Chiffre d'affaires magasin à court terme



Notre proposition : un pilote de 14 jours pour valider l'apport de campagnes drive to store avant de généraliser.



### Phase 1 : définition du panel

Définition des zones de chalandise couvertes par le pilote : 95 magasins. Constitution d'un Groupe Témoin : personnes non exposées habitant en moyenne à la même distance des points de vente que les personnes du Groupe Exposé (+/- 10%).



### Phase 2 : diffusion de la campagne test pendant 14j

Diffusion de la campagne en programmatique  
Formats interstitiel enrichi et video.  
Analyse et optimisation des taux d'engagement et de consultation « post-clic »



## Résultats

- ▶ +7,9% d'incrément de trafic pour la population exposée
- ▶ 1,36M de personnes activées
- ▶ 1€ dépensé : 5€ de revenus générés

### La vision de l'expert Les facteurs clés de succès

#### Bien respecter les pré requis statistiques pour valider la fiabilité du panel

La bonne pratique en ce sens est de ne pas excéder 80% de couverture de la population éligible sur la zone de chalandise, en respectant bien que les populations activées et non activées résident à la même distance des points de vente.

Dans notre cas :

- Nombre de personnes exposées : 1 360 000 personnes.
- Nombre de personnes « témoins » : 320 000 personnes, soit 20% de l'ensemble.



#### Ne pas recourir à la technologie GPS pour la localisation

La technologie GPS n'est pas assez précise pour permettre de mesurer une visite en magasin, quelque soit la taille du point de vente. Le GPS n'est précis à 5 mètres que dans 5% des cas. Les solutions basées sur Wifi posent des problèmes de déploiement, de RGPD et de pérennité (adresse MAC en sursis).

RAYON	GPS
100 M	35%
10 mètres	9,8%
5 mètres	5%

« Grâce à l'apport de cette technologie, nous avons pu modéliser un nouveau vecteur rentable pour développer nos ventes. Ce pilote est très encourageant et appelle à poursuivre via d'autres campagnes tests pour permettre d'optimiser encore le ROI avant de généraliser » indique Sophie Fécamp, directrice Marketing du groupe Tati. « Nous pensons pouvoir atteindre 10% d'incrément par ces campagnes ».

#### Nous contacter :

[team@mobsuccess.com](mailto:team@mobsuccess.com)  
Tel : +33 (0)1 86 95 00 29