

BEST CASE

DATA COLLABORATION

SANS DÉPENDANCE
NI AUX COOKIES TIERS
NI AUX ADRESSES EMAIL
SANS LIMITE DE REACH



DECENTRIQ

OBJECTIFS DU PROJET



Identifier les personae des marques d'un grand groupe cosmétique **grâce à la data first-party** de groupes media.

Enrichir les insights marketing annonceur et **optimiser la performance** de ses campagnes média (ciblage exclusion, adressabilité).



PROBLÉMATIQUE

Comment mettre en place un dispositif **robuste** et **performant** alors que l'annonceur et les groupes médias ne possèdent pas ou peu d'emails et que 40% des internautes ne sont plus identifiables via des cookies tiers ?

DISPOSITIF MIS EN PLACE

1

Identifier les internautes **consentis** sur les sites internet de l'annonceur et sur les 4 groupes médias avec First-id



2

Remontée des First-ID associés à ces navigations au sein de la **data clean room** Decentriq.



3

Croisement et matching data des segments des 4 groupes médias (+2700 segments d'audience) avec la data annonceur.



4

Analyse des résultats pour définir des **personae marketing** à cibler/exclure lors de campagnes médias.



Grâce à l'implémentation de **First-ID** sur les sites de l'annonceur ainsi que sur les sites médias il est possible d'identifier l'ensemble des internautes sur la base d'un ID qui authentifie déjà **85% des internautes** en France, **peu importe que l'internaute utilise Chrome ou Safari, soit logué ou non**

DECENTRIQ

Publishers segment

93 marques médias

+90M*  first-id

Identification des internautes communs

Annonceur segments

2 marques cosmétiques

1.2 M  first-id

PRINCIPAUX RÉSULTATS



DES TAUX DE MATCHING SIGNIFICATIFS...

entre **21%** et **59%**
de taux de match.

47% des segments

fournis par les éditeurs ont qualifié les audiences de l'annonceur avec un **taux** d'affinité significativement **élevé**.



... GARANTISSANT DES INSIGHTS CLÉS POUR L'ANNONCEUR

Des audiences **différentes entre la marque 1 et la marque 2 de l'annonceur** en termes de profil, intérêts et comportements d'achats.

La data des médias a permis de **définir des personae pertinentes**, affinant les stratégies futures de chaque marque annonceur :



Activation de
campagnes média
d'acquisition et de notoriété



Enrichissement des
insights marketing produit
on et off site

UN DISPOSITIF PIONNIER EN FRANCE QUI DÉMOCRATISE UN CAS D'USAGE HISTORIQUEMENT ÉLITISTE.



Identification de 100% des audiences consenties, les rendant qualifiables et **activables à grande échelle**.



Un dispositif **simple, rapide, peu onéreux** et **accessible à tous**



Des taux de **matching élevés** (vs +/-20%-30% avec des cookie tiers).



Une data first-party des groupes média français qui s'avère volumique et qualifiée.

 **first-id**

DECENTRIQ

Nominés 2x



ADTECH
AWARDS 2024

RATECARD STARS #4