

## Étude de cas : l'audio numérique entraîne amplification et participation au lancement d'un produit

Le marché de l'audio programmatique de Triton Digital® est la première bourse du secteur proposant le ciblage d'audience pour les flux radio et l'audio pureplay. Pour diffuser les annonces les plus ciblées et personnelles, le marché intègre des données utilisateurs de son partenaire eXelate qui fournissent des données et un aperçu sur les intentions d'achat en ligne, les données démographiques des foyers et les tendances comportementales.

### Objectif

Un important annonceur pour des services financiers cherchait à populariser le lancement d'une nouvelle carte de crédit pour les consommateurs ainsi qu'à provoquer une participation allant au-delà de la page d'accueil.

Cela représentait une occasion idéale d'activer la nouvelle chaîne, Xaxis Radio.

### Cible

Possesseurs de cartes de crédit compétitives et personnes recherchant une nouvelle carte.

Base de référence d'exécution relative aux médias



2 réseaux de connaissance d'annonces



2 prises de contrôle Premium de pages d'accueil

Xaxis Brand Suite



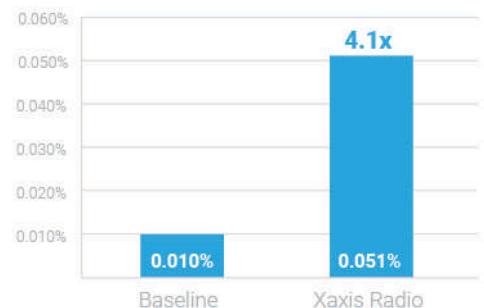
Xaxis Premium



et Xaxis Radio

### Résultats

Les utilisateurs ayant écouté Xaxis Radio ont interagi avec le site de l'annonceur avec un taux beaucoup plus important. Les utilisateurs de Xaxis Radio se sont dirigés vers le site de l'annonceur à cause d'un fort rappel d'annonce et d'un ciblage de qualité.



# 4.1x amplification

### Conclusion

La radio numérique a prouvé être un ajout légitime à un plan médiatique de connaissance et a contribué de manière positive à générer à la fois connaissance et participation.