

AIR MOX CHALLENGE : SUCCÈS OU FLOP, TOUT DÉPEND DE TOI !

Tu es aux commandes d'une campagne de pub pour les dernières baskets "Air Mox 3000" de ta marque "Mike". Chaque choix que tu vas faire pourrait propulser ta boîte vers le succès... ou un échec total. Pas de pression ! 🔥

#DATA

C'est un ensemble d'actions marketing destinées à promouvoir un produit, une marque ou un service auprès d'un public précis, via différents supports et médias.

CAMPAGNE DE PUB

DÉFINIS TA MISSION

Deux options pour lancer ta campagne de pub, choisis bien !

La data en question

La data, c'est toute info qui peut être stockée, partagée et utilisée : tes likes, tes messages, tes recherches... Bref, des petits bouts d'infos numériques qui racontent plein de choses sur toi !



Les habitudes d'achat, c'est comment une personne choisit et achète des produits, en fonction de ses goûts, de son budget et de ce qui l'influence vraiment !

UNE PUB LARGE POUR TOUCHER UN MAX DE MONDE 🌍

6,3 MILLIONS

C'est le nombre de recherches par minute sur Google, en 2023.

UNE PUB HYPER CIBLÉE POUR DES CONNAISSEURS 😎

COLLECTE DE DONNÉES

Comment récupères-tu les infos pour ta pub ?

La collecte de données, c'est quand des entreprises récupèrent tes infos perso en ligne : ton âge, tes goûts, tes clics... pour mieux te comprendre.

COLLECTE DE DONNÉES

Comment récupères-tu les données de tes clients les plus fidèles ?

TU REGARDES LES HABITUDES D'ACHATS

Tu stalkes, sans le côté flippant... 📺

ET LE CONSENTEMENT DANS TOUT ÇA ?

RGPD
ell

(Règlement Général sur la Protection des Données) est un texte européen qui protège les données personnelles, en obligeant les entreprises à respecter le consentement et la confidentialité des informations collectées.

TU ACHÈTES DES DONNÉES TOUTES PRÊTES À DES ENTREPRISES

Pourquoi faire compliqué quand on peut faire simple ?

SOURCE DES DONNÉES

Tu ne ferais pas mieux de vérifier ça avant ? Juste au cas où ?

TU LANCES DES SONDAGES PUBLICS POUR AVOIR L'AVIS DES GENS

"Bonjour, vous aimez les baskets ? Oui ? Top. Bonne journée !" 🌱

TRAITER LES DONNÉES

Tout le monde a un avis. Mais tu en fais quoi exactement ?

TU PRENDS QUELLES INFOS ?

TU CRÉES UN PROGRAMME FIDÉLITÉ

Des infos contre des réducs : les affaires reprennent 😬

ANALYSER LES TENDANCES

Tu te remontes les manches et tu prends le temps de faire le tri dans les sondages. Avec un peu de chance, tu vas trouver quelque chose d'intéressant ?

TU PRENDS TOUT, TU LÂCHES RIEN

Avec ça, tu pourras faire une pub par personne. S'ils n'achètent pas, on ne sait plus quoi faire.

TRI COMPLET

Tu vas droit au but, tu collectes l'essentiel.

LE PETIT FORMULAIRE QUI VA BIEN

Tu mets la case à cocher et les mentions légales que personne ne lit 😬

TOUJOURS +

Tu fais une page spéciale sur ton site pour expliquer pourquoi tu prends des données 😬

PAS LE TEMPS ⚡

Tu ne vas pas perdre du temps alors que ton concurrent va lancer sa campagne d'un jour à l'autre, non ?

TU VAS VÉRIFIER ÇA RAPIDEMENT

Parce que s'ils n'ont pas des données conformes au RGPD, ce n'est pas bon pour toi 😬

GAGNER DU TEMPS SUR L'ANALYSE

Tu fais des baskets, pas des maths. Tu prends l'avis moyen pour plaire au plus grand nombre 😬

À la mode 🤖

Quel succès ! Partout on dit que ta pub est novatrice et vraiment dans l'air du temps. Bien sûr, dans quelques mois elle sera dépassée et il faudra tout recommencer. C'est un peu le problème avec la mode : elle se démode.

Efficace mais flippant 😬

La campagne est un succès avec des publicités ultra personnalisées. Mais très vite le public commence à se méfier de ta marque... C'est un peu bizarre d'indiquer son plat préféré pour un programme de fidélité...

Jouer sur la durée

Ta pub rencontre un succès raisonnable. Mais sa vraie force est de miser sur l'avenir. Le programme de fidélité va devenir une source d'information importante pour tes futures campagnes !

Simple, propre, efficace

Une pub qui fonctionne et a permis de cibler tes meilleurs clients. Pas une grande innovation, mais faite dans les règles de l'art !

Venu pour gagner 🏆

Ta pub fait un carton et tu es applaudi(e) pour ton attitude transparente sur le traitement de la data. En parlant avec tes clients, tu as gagné leurs données mais tu as surtout gagné leur confiance. Et ça, c'est beau !

Une campagne diffusée exclusivement...

...depuis le tribunal ! 😬
Et oui, tu aurais dû te méfier. Mais maintenant c'est trop tard. La vitesse ça va pour la course, mais pas pour le respect de la loi...

Une campagne vreeemnt

Ok. C'est du vite fait bien fait. Pas une catastrophe mais on a vu mieux. Avec des données achetées, tu ne peux pas faire des miracles... La prochaine fois, essaie de prendre le temps de mieux connaître tes clients.

À force de vouloir plaire à tout le monde...

... on finit par ne plaire à personne. Collecter des données, c'est bien, les analyser, c'est mieux ! La data, c'est de la matière brute, c'est ce que tu en fais qui te permet de mieux connaître ton public et diffuser des publicités qui lui plaisent !

