

ATELIER 14H30 – 15H30

Miser sur des leviers innovants pour générer du trafic en point de vente



Vos experts



ANNE-CHARLOTTE
Head of
Paid Media



MAËVA
Experte
Paid Media



OUASSIM
Expert
Paid Media



ROMANE
Chargée de market
& créa

1

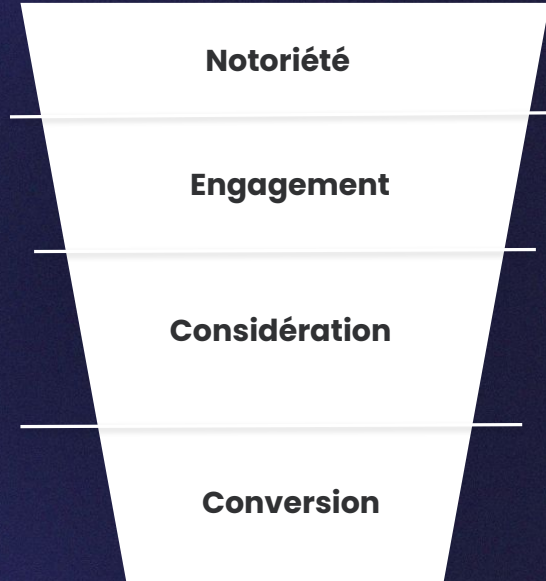
CONTEXTE **USAGES MÉDIAS**



Question

À quels leviers pensez-vous pour générer du trafic en point de vente ?

Des usages médias en constante mutation



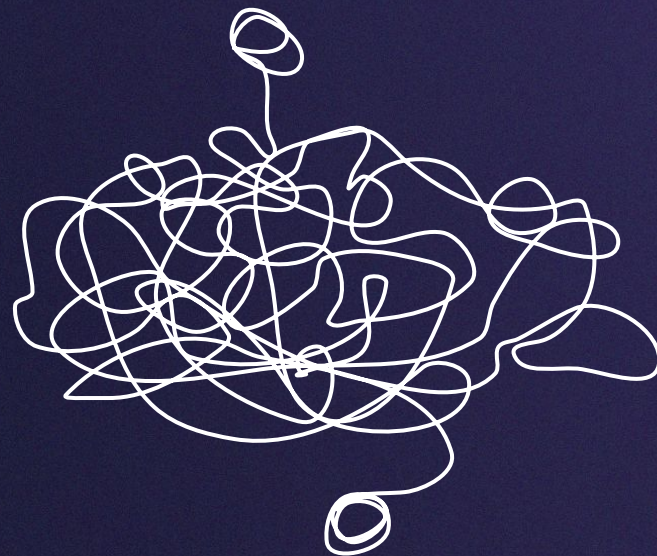
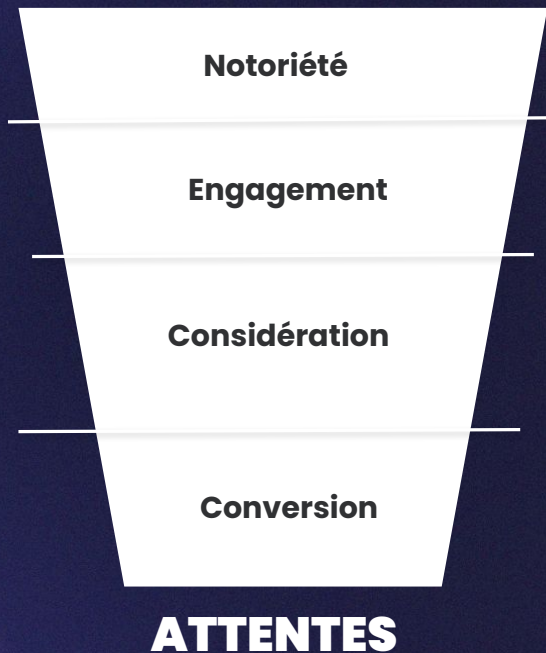
ATTENTES

*Source : <https://business.google.com/fr/think/consumer-insights/messy-middle-decision-d-achat/>

digitaleo

LA RENCONTRE
DES RÉSEAUX
D'ENSEIGNES

Des usages médias en constante mutation



RÉALITÉS

Le saviez-vous ?

À combien de messages publicitaires est exposé en moyenne un consommateur dans une journée ?

70

540

1 200

5 300

Le saviez-vous ?

1 200

Le cerveau en capte activement
moins de 100 par jour.

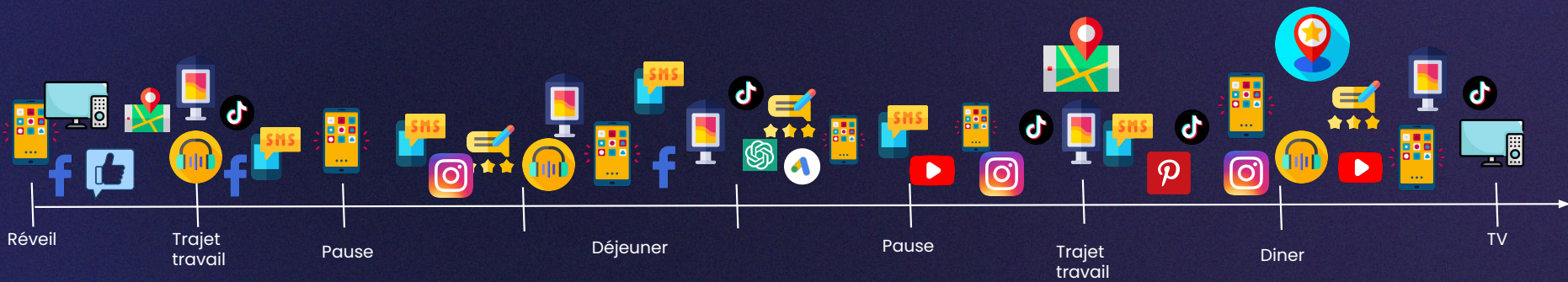
Moins de 10% de ces messages génèrent
un impact mémoriel ou une action d'achat.

*Source : Union des Marques & Kantar Media

digitaleo

LA RENCONTRE
DES RÉSEAUX
D'ENSEIGNES

Customer Journey



2

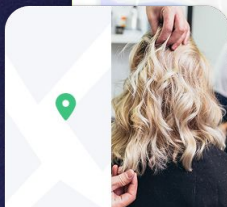
LES LEVIERS **INNOVANTS**

Campagne locale : Google Ads

46%

recherches Google
avec une intention
locale*

Google



Straboutique

Itinéraire

Appeler

4,7 ★★★★★ 680 avis

Horaires : Ouvert

Adresse :

visites en
magasin*

MESURE DES VISITES EN MAGASIN

Google suit les visites réelles après exposition ou clic pub via GPS, Wi-Fi, géolocalisation smartphone, etc.

FORMAT

Campagnes Performance Max "visites en magasin" diffusées sur Search, Maps, YouTube, Display, Discovery et Gmail.

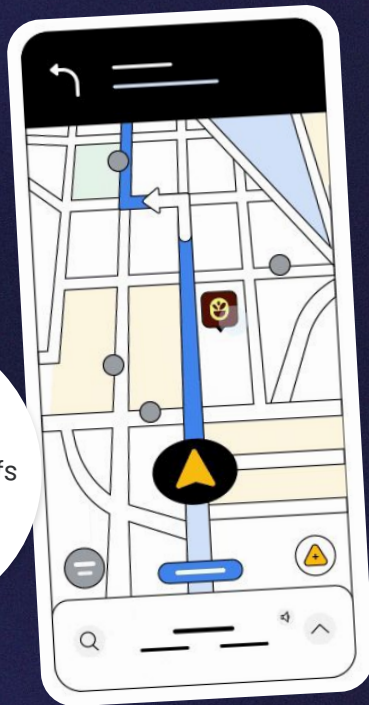
CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ

- Plusieurs points de vente physiques
- Fiches établissement liées à Google Ads
- Composants de lieu activés
- Volume de clics et visites suffisant

Waze : Le retour



17M
d'utilisateurs actifs
en France en
2024-2025*



COMMENT ?

Waze devient un placement intégré à Performance Max pour toucher les automobilistes en temps réel pendant leurs trajets.

FORMAT

Repère carré aux couleurs de la marque affiché sur l'itinéraire de l'utilisateur.

ÉLIGIBILITÉ

Pas encore disponible en France. Déploiement prévu au S2 2026.

DOOH



OBJECTIF

Générer du trafic en point de vente grâce à des écrans digitaux diffusés dans des zones stratégiques à forte audience.

FORMAT

Visuels ou vidéos animées diffusés sur des écrans digitaux, avec personnalisation locale par magasin ou zone de chalandise.

ÉLIGIBILITÉ

Accessible à tous les réseaux disposant de points de vente physiques, avec possibilité de cibler des écrans proches des magasins.

Omnichannel Ads

+34%
de ROI
en moyenne *



+21%
de ROAS en
magasin*

OBJECTIFS

Optimiser les ventes en ligne + en magasin dans une seule campagne « Sales »
Capter le Halo Effect : le trafic en magasin que la mesure web ignore

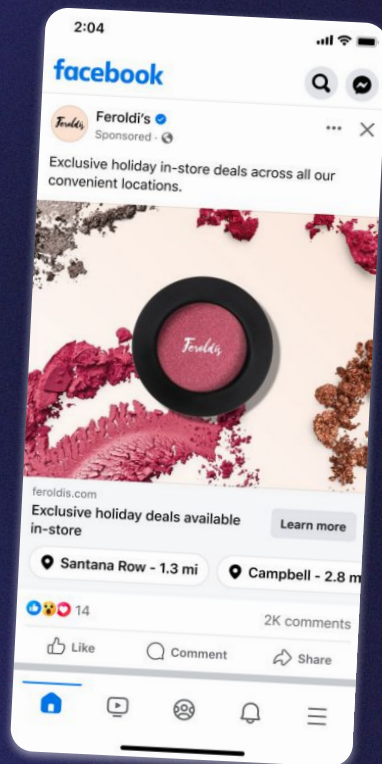
FORMAT

Les ventes physiques remontent via CAPI et nourrissent le ciblage.
L'algo privilégie les profils susceptibles d'acheter en point de vente ou en ligne

ÉLIGIBILITÉ

- Envoyer des événements de site Web et hors ligne via l'API Conversions
- Configurer un seul dataset (web + hors ligne)
- Qualité des données hors ligne
- Volume d'achat magasin

Redirection en magasin



FONCTIONNALITÉ

Amélioration du contenu publicitaire Advantage + sur les emplacements de magasin

FORMAT

Affichage de l'emplacements de magasin dans vos publicités omnicanales, Image, vidéo unique ou carrousel

ÉLIGIBILITÉ

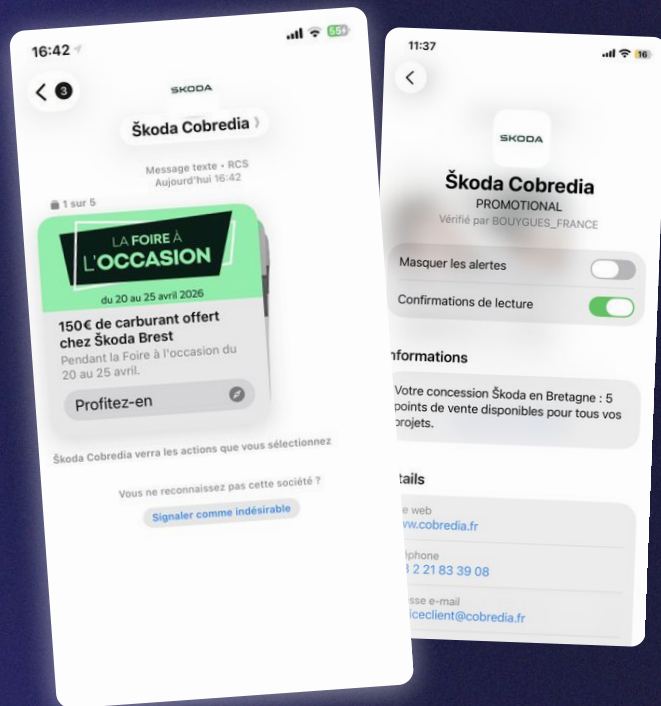
Votre entreprise doit avoir une Page en ayant activé les Pages de magasin.

Fonctionnalité Advantage + : Toutes les publicités ne seront pas diffusées avec les emplacements de magasin, même quand cette amélioration est activée.

digitaleo

LA RENCONTRE
DES RÉSEAUX
D'ENSEIGNES

RCS



OBJECTIF

Maximiser l'interaction à chaud pour convertir une base de données locale (clients ou prospects) et la pousser à se déplacer en magasin.

FORMAT

- Rich Card (1 carte) : idéal pour une offre flash, un RDV ou une action rapide.
- Carrousel (2-10 cartes) : parfait pour présenter un catalogue, sélection produits ou le programme d'un événement.

AVANTAGES

- Contenu enrichi / personnalisable
- Profil d'expéditeur vérifié
- Statistiques intégrés
- 90 % des messages multimédia enrichis sont ouverts dans les 15 minutes et enregistrent jusqu'à 45 secondes d'engagement*

*Source Sinch

digitaleo

LA RENCONTRE
DES RÉSEAUX
D'ENSEIGNES

Un dispositif multicanal

Posts Organiques



DOOH



Audio Digital



Ads



Display



Renforce
x2
la mémorisation
du message*

Attire
x3
l'attention de
vos cibles*

Augmente
x4
le reach de la
campagne*

Développe
x5
les visites en
magasin*

Notoriété

Acquisition

Conversion

*Sources : JCDecaux - impact DOOH + mobile / XAXIS - DOOH Realizing the potential

Digitaleo

LA RENCONTRE
DES RÉSEAUX
D'ENSEIGNES

3

CAS CLIENTS



Success story

**Événement en
point de vente
DOOH + Ads Meta**

Événement en point de vente

CONTEXTE

Leclerc Saint-Grégoire a lancé un jeu concours pour générer du trafic en magasin et renforcer sa notoriété locale.

DISPOSITIF

Campagne multicanale
DOOH local + Meta Ads
géociblées

OBJECTIF

Augmenter la
fréquentation et la
visibilité locale du point
de vente.

Campagne DOOH + Ads Meta



ADS META

1,2 M

impression en 15 jours

1,91€

CPM

CAMPAGNE DOOH

+66 000

impression en 7 jours

11€

CPM



BUT

Success story

**De la mesure
online à la vérité
omnicanale**



BUT

Success story

**De la mesure
online à la vérité
omnicanales**

La mesure offline et online



**14,3 ROAS
(online)**

Si on pilote sur le web
uniquement

**55,0 ROAS réel
(online + offline)**

Avec CAPI Offline activé

**x 3,9
multiplicateur**
de performance réelle.
Ce que le tracking web
masque

61 % des ventes

générées le sont en magasin
33 946 achats offline vs 21 722 web
sur 55 668 transactions attribuées.

74 % du CA

est capté par le canal physique
18,9 M€ offline vs 6,6 M€ web. Le
magasin pèse plus en CA qu'en
volume.

x 1,8 le panier moyen
offline vs web
~558 € en magasin contre ~305 €
en ligne. Le digital acquiert, le
magasin convertit haut.

digitaleo

**LA RENCONTRE
DES RÉSEAUX
D'ENSEIGNES**



Success story

**Invitation /
promotion
événement**

Événement en point de vente

CONTEXTE

Création d'une campagne
RCS carrousel

DISPOSITIF

RCS auprès d'une base
propre et qualifiée
de 218 contacts

OBJECTIF

Invitation à la foire
à l'occasion du 20 au
25 avril 2026.

Campagne RCS + Post organique

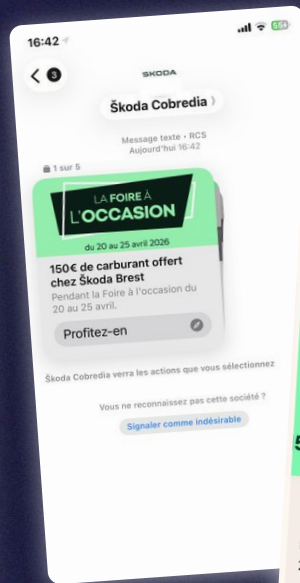


Success story

Invitation/
promotion
événement



Réalisé par le client



iOS



Android

14%
taux de clics

99%
taux de délivrabilité

146
vues soit
68% des receveurs

digitaleo

LA RENCONTRE
DES RÉSEAUX
D'ENSEIGNES

3

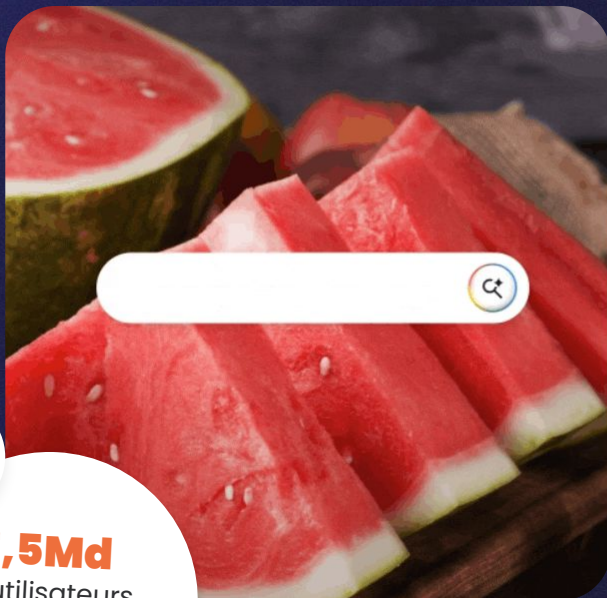
ET DEMAIN ?

Pour aller plus loin...

- ☒ Mesure plus intelligente
- ☒ Recherche conversationnelle et IA
- ☒ Accélération des créas pilotés par l'IA

🧐👉 *Demain, la différence ne viendra plus seulement des médias activés. Elle viendra de la capacité à personnaliser localement, mesurer précisément et orchestrer les bons signaux.*

Recherche conversationnelle et IA



1,5Md
d'utilisateurs
mensuels exposé à
AI Overview en
2025*

C'EST QUOI ?

Une nouvelle façon de rechercher de l'information en dialoguant avec une IA plutôt qu'en utilisant uniquement des mots-clés.

BÉNÉFICES

- Compréhension du contexte et des intentions de recherche
- Possibilité d'affiner la demande grâce aux questions de suivi
- Gain de temps dans la recherche et la comparaison d'informations

OPPORTUNITÉ

Les entreprises qui adaptent rapidement leur stratégie peuvent gagner en visibilité dans les écosystèmes IA émergents.

→ AI Overview & AI Mode

*Chiffre communiqué par Google en 2025

digitaleo

**LA RENCONTRE
DES RÉSEAUX
D'ENSEIGNES**

Accélération des créas pilotés par l'IA

PÖ&ME
PARIS

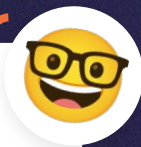
VISUELS CRÉÉS PAR IA À PARTIR DE L'IMAGE D'ORIGINE



digitaleo

LA RENCONTRE
DES RÉSEAUX
D'ENSEIGNES

Miser sur des leviers innovants pour générer du trafic en point de vente



LE RÉCAP

Multiplier les touchpoints tout au long du parcours

Personnaliser les contenus au niveau local

Adapter les formats et créas aux usages

Avoir la bonne mesure pour une meilleure analyse

NEW

GENIUS BAR ✨

- ★ Posez vos **questions**
- ★ **Échangez** avec les équipes Produit, Care, Paid Media Strategist...
- ★ Découvrez les **nouveautés** avec notre expert **IA**



Une idée ? Un avis ?
Un feedback ?