



Atteindre de nouvelles hauteurs grâce

À LA PUBLICITÉ PROGRAMMATIQUE

Condor Airlines et travel audience intensifient leur partenariat depuis plus d'un an. La success story de ce client montre comment une technologie de pointe associée à un inventaire programmatique premium a entraîné une multiplication par dix du volume de campagne, avec un coût par commande inférieur de 64 % à l'objectif initialement fixé.

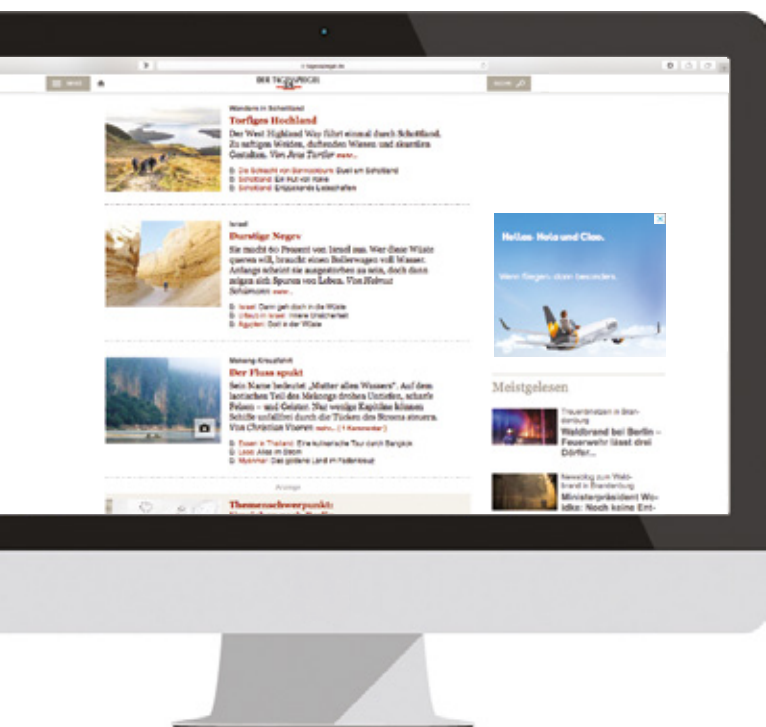
Condor achemine ses passagers vers les plus belles destinations du monde depuis 1956. L'entreprise fait partie du groupe Thomas Cook Group Airline, qui possède une flotte de 100 avions, dessert plus de 130 destinations et transporte 18,5 millions de passagers chaque année. Ses destinations incluent l'Amérique du Nord et du Sud, l'Afrique, la Méditerranée et les Caraïbes. L'entreprise prévoit également de développer son trafic vers l'Asie.

Le projet

Condor et travel audience ont uni leurs forces afin d'augmenter la part de marché et le rayonnement de Condor au sein de la zone DACH grâce à la mise en place d'une stratégie publicitaire programmatique

premium. Son expertise dans le secteur du voyage, son solide portefeuille de clients parmi les compagnies aériennes et son accès à un réseau mondial d'éditeurs spécialisés dans le voyage faisaient de travel audience le candidat idéal pour apporter davantage de valeur aux efforts publicitaires déjà importants déployés par la compagnie aérienne.

Condor bénéficiait d'une expérience conséquente en publicité display et appliquait une solution d'attribution tierce neutre lorsqu'elle s'est adressée à travel audience pour renforcer sa stratégie existante. Il était important pour elle de mettre l'accent sur la publicité display afin de capter l'utilisateur dans la phase d'inspiration, plutôt que de se concentrer uniquement sur le moment où la réservation a lieu.



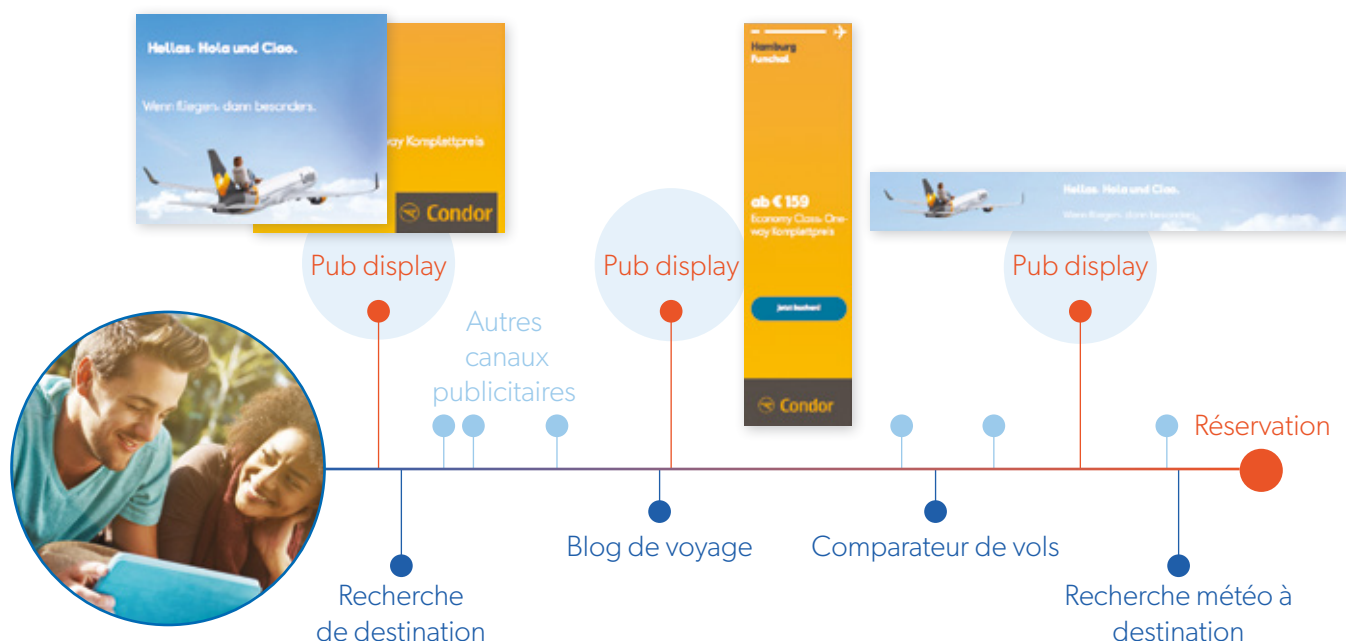
La campagne a bénéficié d'améliorations constantes et a favorisé le développement de Condor.

La stratégie

En mars 2017, travel audience a pris en charge la conduite de cette campagne pour Condor en ciblant spécifiquement la zone DACH. Tandis que la campagne démarrait à un rythme modéré, les résultats étaient soigneusement analysés en gardant un œil sur le coût effectif par réservation. Le volume a ensuite été amplifié grâce à l'inventaire apporté par les private deals mis en place par travel audience, actuellement au nombre de 1000.

Parallèlement aux placements et au ciblage premium, les algorithmes d'apprentissage automatique évaluaient en permanence le comportement de réservation des millions d'utilisateurs de l'écosystème publicitaire dédié au voyage de travel audience. Cela a permis l'identification de groupes cibles supplémentaires et le ciblage des utilisateurs à différents stades de leur processus décisionnel.

L'efficacité de la collaboration entre Condor et travel audience a encore été améliorée par l'utilisation de bannières dynamiques, qui constituent un excellent moyen de mettre l'accent sur les vols disponibles et leurs prix quasiment en temps réel. L'affichage dynamique des vols et des prix actualisés a augmenté les taux de clics et de conversion par rapport à l'utilisation de bannières statiques traditionnelles.



Chaque bannière est conçue pour inspirer et montrer les vols disponibles et leurs prix actualisés.

Le résultat

Des données de qualité supérieure, une technologie d'apprentissage automatique et des inventaires premium ont permis à Condor de s'envoler vers le succès. En moins d'un an, travel audience a réussi à multiplier par dix le volume de campagne tout en restant en deçà de l'objectif fixé en termes de CPO. Le coût par réservation atteint était en effet inférieur de 64 % par rapport à l'objectif. La campagne a très rapidement enregistré des taux de clics stables et a pu augmenter

sans cesse le volume d'inventaire premium utilisé, donnant ainsi une nouvelle dimension, plus efficace, à ce partenariat mené avec l'entreprise Condor, entreprise extrêmement dynamique et en pleine expansion.

Après une année de résultats très satisfaisants, les partenaires ont décidé d'étendre cette campagne aux Pays-Bas, à la France et à l'Espagne et ont prévu d'y inclure également le Brésil, le Mexique et l'Italie dans les mois à venir.

Matthias Knobloch

Responsable marketing B2C



« Nous sommes en mesure de mesurer de manière très précise l'impact de travel audience sur l'ensemble de notre stratégie publicitaire et le volume de réservations que la société génère est essentiel pour nous. Grâce à ce partenariat, nous pouvons en permanence faire évoluer notre stratégie de développement à l'international tout en restant en deçà de notre objectif en termes de CPO. Grâce à un inventaire de premier plan et à l'utilisation de messages dynamiques, nous sommes en mesure d'inspirer et d'influencer les utilisateurs potentiels à l'endroit et au moment opportuns. Nous espérons que cette réussite ne va pas s'arrêter là et n'hésiterons pas à faire appel à travel audience et à sa plateforme programmatique lorsque nous nous attaquerons à de nouveaux marchés. »



Jaime Aguirre Garrido-Lestache

Responsable des ventes à l'international pour les compagnies aériennes chez travel audience

« Condor est un très bon client. Cette entreprise bénéficie d'une grande expérience et sait parfaitement évaluer ses canaux marketing. Le fait qu'elle utilise une solution d'attribution neutre nous permet de nous concentrer sur ce qui fait notre force en termes de publicité programmatique, d'accompagner le développement de Condor sur de nombreux marchés et de renforcer notre partenariat sur le long terme. »

À propos de travel audience

travel audience est LA plateforme de publicité digitale dédiée au secteur du voyage, qui permet d'accélérer la croissance de ses partenaires au sein de ce secteur en mettant en relation de manière précise et directe les voyageurs potentiels et les annonceurs de premier plan en recherche de performances.

