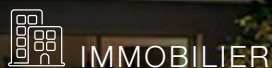




“Nos campagnes de publicité native sur le réseau Taboola nous permettent de générer des leads pour nos programmes immobiliers partout en France grâce à l’hyper-géolocalisation de nos audiences et un large réseau de sites médias locaux et régionaux.”

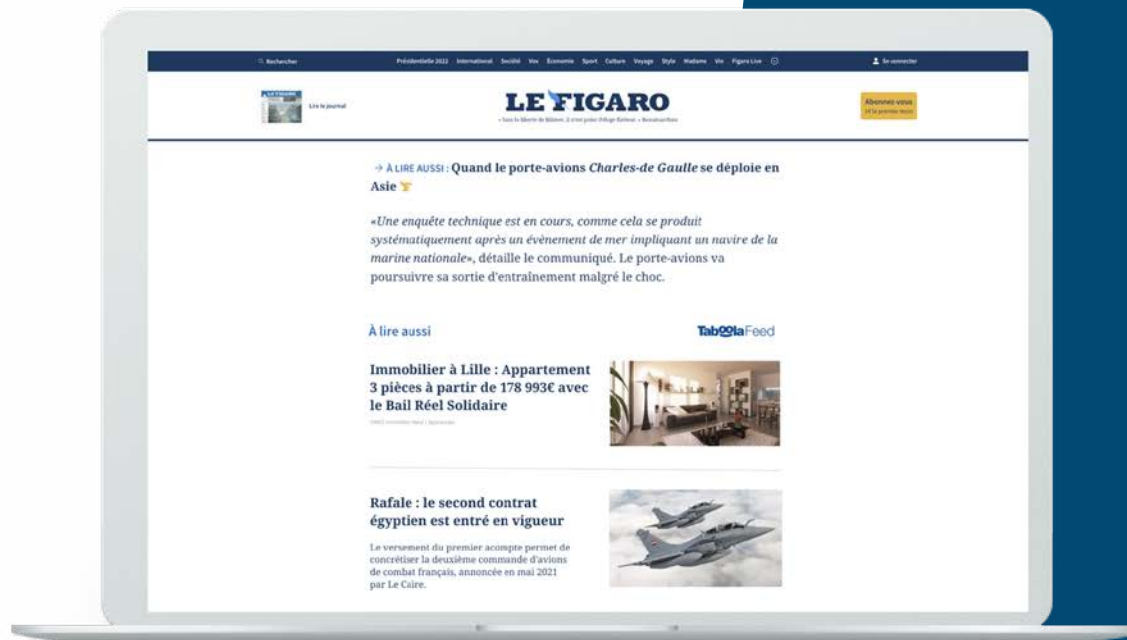
- **Jérémy Champion**, Responsable webmarketing régional,
VINCI Immobilier

- **Guillaume Bodart**, Directeur Marketing Adjoint,
VINCI Immobilier



VINCI Immobilier utilise le ciblage hyper-géolocalisé dynamique de Taboola pour toucher des audiences au plus proche de ses programmes immobiliers

Ciblage dynamique
des audiences



SOCIÉTÉ

VINCI Immobilier, filiale du groupe VINCI, est l'un des principaux acteurs de la promotion immobilière en France, présents sur les deux secteurs principaux du marché : l'immobilier résidentiel (logements et résidences gérées) et l'immobilier d'entreprise (bureaux, hôtels, commerces).

CHALLENGE

Accompagner au quotidien les clients internes (les Directions commerciales) de VINCI Immobilier en les alimentant de prospects qualifiés par le biais d'audiences hyper-géolocalisées, durant tout le cycle commercial des résidences, de la phase teasing « avant-première » jusqu'à la vente du dernier lot.

SOLUTION

Mise en œuvre d'une stratégie ultra-personnalisée via différentes fonctionnalités :

- **Mots-clés dynamiques pour les titres** - En insérant dynamiquement des termes spécifiques dans les titres en fonction du lieu où se trouve l'utilisateur, du jour de la semaine ou de l'appareil qu'il utilise, VINCI Immobilier s'adresse à une audience spécifique et obtient ainsi plus de clics et d'engagement.



- **Data Marketplace** - En utilisant la place de marché Taboola, VINCI Immobilier peut cibler des segments à la fois 1st et 3rd party. Les rapports d'audience permettent d'obtenir une vision claire sur les performances de chaque segment et d'isoler les meilleurs sur des campagnes spécifiques.
- **Ciblage contextuel** - VINCI Immobilier peut choisir les sujets d'actualité auxquels la société veut être associée pour plus de brand safety, tout en respectant la vie privée des utilisateurs puisque le ciblage ne se base pas sur leurs données mais sur le contexte.
- **Pixel Taboola et audiences personnalisées** - Le Pixel Taboola permet de mettre en lumière le comportement des utilisateurs sur le site et de créer des segments d'audience en fonction. VINCI Immobilier a ainsi la possibilité d'adapter sa communication selon le niveau d'engagement de l'utilisateur.

RÉSULTATS

Les solutions **Taboola** permettent aux équipes Marketing de VINCI Immobilier de géolocaliser avec précision leurs audiences, au code postal près si nécessaire.

Introduction

VINCI Immobilier est un promoteur immobilier présent partout en France au travers de ses filiales régionales, couvrant les principales agglomérations françaises. L'entreprise y commercialise différents produits, notamment des logements neufs à destination des clients particuliers, pour habiter ou pour louer, ainsi que des résidences services pour les séniors et les étudiants.



Une approche ROIste de ses investissements publicitaires que Taboola peut satisfaire

Fin 2016, face à des taux de clic et de conversion en berne avec le display classique, **VINCI Immobilier** se tourne vers **Taboola** pour élargir sa présence dans la publicité native. Les équipes Taboola s'occupent de l'intégralité des campagnes – de la définition des segments et la sélection des sites média premium, au choix des titres et des images – en fonction des contraintes fournies par **VINCI Immobilier**.

Au fil des ans, le partenariat entre les deux entreprises n'a cessé de se développer et a gagné en performance grâce à une stratégie de Test & Learn en continu. Les performances et le retour sur investissement sont en effet des points très importants pour **VINCI Immobilier**. Avec leur coût par clic et non par impression, les solutions Taboola s'inscrivent parfaitement dans cette approche.

De plus, pour **VINCI Immobilier**, les solutions **Taboola** sont un levier simple et rapide à mettre en œuvre, qui demandent peu de création. Grâce à la réactivité des équipes **Taboola**, les campagnes nationales et régionales peuvent être lancées en moins d'une semaine.

Campagnes régionales : un ciblage hyper-géolocalisé

La plupart des investissements immobiliers sont réalisés dans un rayon de 10 km à 20 km autour du lieu de résidence de l'acheteur. C'est pourquoi **VINCI Immobilier** cherche à toucher ses éventuels prospects au plus proche géographiquement de ses programmes immobiliers.

Les solutions **Taboola** permettent à **VINCI Immobilier** d'effectuer un ciblage dynamique en fonction du code postal, pour chaque programme immobilier promu sur le réseau **Taboola**. Les campagnes sont par ailleurs diffusées sur une sélection de médias locaux et régionaux premium, toujours en fonction de la localisation des programmes.

Campagnes nationales : Taboola permet à VINCI Immobilier de gagner en notoriété

En parallèle des campagnes **Taboola** régionales mettant en avant des programmes immobiliers spécifiques, **VINCI Immobilier** orchestre également des campagnes nationales visant à améliorer son image de marque. Dans ces campagnes de notoriété, **VINCI Immobilier** fait refléter toutes les ambitions d'excellence de la marque, tant en termes de qualité, que de savoir-faire, de service client, ou encore de développement durable.

A date, **VINCI Immobilier** est en phase de test sur le levier vidéo dans ses campagnes **Taboola**, plus spécifiquement de l'image animée – c'est-à-dire un zoom avant / zoom arrière sur une image fixe. Enfin, cet annonceur qui utilise aujourd'hui les campagnes **Taboola** pour la génération de leads, entend faire appel à la publicité native pour faire du reciblage publicitaire, afin de personnaliser les messages diffusés auprès des audiences qui ont déjà montré un intérêt pour **VINCI Immobilier** par le passé.

