

Specific Media lance Householding™

Une innovation dans l'univers du médiaplanning.

Les marques peuvent désormais cibler les foyers et regrouper l'ensemble des appareils connectés du domicile dans un même dispositif publicitaire.



Paris le 21 novembre 2012

Specific Media lance Householding™, une approche radicalement nouvelle du ciblage et du planning publicitaire. Householding™ permet aux annonceurs, pour la première fois, de s'adresser à l'ensemble des consommateurs d'un même foyer, quels que soient les terminaux utilisés, quels que soient les écrans. Householding™ répond aux défis posés par l'explosion des technologies et du digital, en matière de planification publicitaire :

- La fragmentation généralisée des médias liée au multi-écrans.
- La confusion entre le temps du domicile et le temps professionnel.
- L'absence de mesure de couverture et d'efficacité adaptée à ce nouvel environnement.

En regroupant tous les appareils connectés (PC, tablettes, mobiles, consoles de jeu et IPTV) d'un foyer, la solution de Specific Media permet de diffuser un même dispositif publicitaire sur tous les écrans, et de mesurer plus efficacement et précisément l'implication réelle sur son audience.

Householding™ a pour vocation de renforcer les stratégies de Branding et d'impacter les attitudes vis-à-vis des marques partenaires : notoriété, présence à l'esprit, proximité, favorabilité...

82% des individus déclarent demander l'avis de proches avant d'effectuer un achat*.

Householding™ permet d'initialiser des conversations au sein d'un même foyer autour de produits impliquant une décision commune, tels que les vacances, l'automobile ou de nombreux biens d'équipements et marques du quotidien. Householding™ permet de s'adresser non seulement à l'acheteur principal, mais également à tous ceux qui influencent la décision d'achat, utilisant la puissance de la prescription de marque et l'interaction au sein du domicile.



Philippe Besnard, Directeur Général – Europe Continentale de Specific Media, déclare, en outre : « Avec près de 160 millions d'appareils connectés en France pour moins de 27 millions de foyers, il fallait proposer aux marques une nouvelle stratégie. Le domicile est le premier cercle social, en rassemblant l'ensemble de ses membres dans une même approche média, quels que soient les écrans, Householding™ réinvente le Mass-Media. »