

ADUX ENRICHIT SON POSITIONNEMENT ET SES EXPERTISES, BASÉS SUR L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Des offres omnicanales qui répondent à tous les objectifs marketing des agences et annonceurs, à travers une expérience utilisateur valorisée : du branding jusqu'à la performance, en prenant en compte l'ensemble du parcours d'achat des utilisateurs depuis Internet jusque dans les boutiques physiques :

- La création d'espaces publicitaires innovants pour les éditeurs et permettant de maximiser l'impact des annonceurs
- Le développement de synergies entre les trois filiales d'AdUX (Adpulse, Quantum et Admoove) pour proposer une offre « full-funnel » : du branding jusqu'à la performance
- Des solutions propriétaires pour adresser de la meilleure des manières la publicité ainsi que deux pôles pour développer l'engagement et la mesure
- Une nouvelle charte graphique et un nouveau logo pour traduire la notion d'expérience utilisateur reposant sur les trois valeurs d'AdUX : créativité, expérience et data

Une réinvention constante, au service des usages des consommateurs et attentes du marché

En faisant le pari, il y a deux ans, de repenser sa structure portée sur la volonté de réconcilier l'utilisateur et la publicité, au travers de ses trois expertises, AdUX s'est affiché comme un précurseur des attentes du marché, afin de penser les usages et les formats de demain. Le secteur de la publicité digitale ne cesse en effet d'évoluer : les nouveaux usages ont engendré un développement des ventes en ligne (+14 % en 2017) mais 91 % des ventes globales se font toujours en magasin. Fort de ce constat, AdUX enrichit son offre et propose une solution globale « full-funnel », avec la volonté de réconcilier le Online & Offline, tout en valorisant l'expérience utilisateur, qui est primordial pour développer l'engagement.

L'expérience utilisateur par AdUX

AdUX articule sa vision de l'UX sur trois piliers :



LA CRÉATIVITÉ

Imaginer des expériences immersives sur-mesure



LA DATA

Offrir le ciblage le plus optimal



LE CONTEXTE

Bénéficier d'une caution éditoriale et d'emplacements qualitatifs et brand safe

Développement des synergies entre ses filiales

Les trois expertises du Groupe auront à cœur de travailler ensemble, afin de proposer des solutions digitales en faveur de l'utilisateur pour une meilleure efficacité et valorisation des campagnes et des formats publicitaires :

ADmoove
ADUX GROUP

Des solutions data avec l'audience planning et drive-to-store pour augmenter les visites incrémentales en magasin.

Cette offre globale répond aux objectifs marketing des agences et annonceurs à travers une expérience utilisateur valorisée du branding jusqu'à la performance.

ADpulse
ADUX GROUP

La Digital Content Factory est la solution de brand content du Groupe, dédiée à l'engagement et l'expérience, qui développe le storytelling des marques, tout en assurant un engagement maximal.

Quantum
ADUX GROUP

In-content Advertising qui apporte du storytelling dans les insertions publicitaires. Quantum a ainsi lancé son offre Quast, qui allie les deux univers les plus plébiscités du marché : Native et Vidéo, afin de proposer des dispositifs qui s'intègrent de manière optimale au cœur du contenu éditorial.

Des solutions propriétaires et deux pôles pour accompagner les acteurs du marché

AdUX s'appuie sur ses technologies propriétaires pour adresser de la meilleure manière la publicité : QuantX SSP, Adysseum DSP relatif à Quantum, MyAdmoove, technologie de géomarketing et Mapubfacile.com, plateforme servicielle de diffusion de campagne locale et nationale.

Deux pôles ont été également créés en 2018 pour développer l'engagement et la mesure :

- Studio Créatif, qui permet d'innover les standards marché de demain en créant des formats publicitaires dynamiques et impactants. Le Lab est doté d'une direction artistique et d'une équipe de production.
- Un pôle Métrics : des études pour accompagner les marques dans la mesure de leur e-reputation avec des études pré-test et la mesure de l'impact de leurs dispositifs avec des analyses en real-time et/ou en post-test.

La première solution publicitaire immersive résultant de cette synergie est Adstory, lancée début janvier. Créée par Quantum et Adpulse, elle propose un format expérientiel s'inspirant des usages sociaux.

Une nouvelle charte graphique

Pour gagner en lisibilité et accompagner notre propos, AdUX a repensé sa charte graphique afin de mettre en évidence la notion d'expérience Utilisateur ainsi que les valeurs du Groupe : Créativité, Expérience et data.

« Le marché de la publicité digitale évolue rapidement. Nous avons toujours eu à cœur de préempter les territoires, de penser les usages et les formats de demain. En développant les synergies entre nos filiales, nous proposons une offre complète omnicanale, du Brand Content au Native Advertising en passant par le Drive-to-Store, qui prend en compte l'ensemble du parcours d'achat des consommateurs, online et offline. »

Commente Cyril Zimmermann, PDG du groupe AdUX.