



Extension de l'offre « retail media » : MediaMarkt lance les annonces de Sponsored Brand Ads

27.05.2024 | BRUXELLES

MediaMarkt développe son offre de retail media internationale (offre publicitaire) avec les Sponsored Brand Ads (SBA). Les partenaires peuvent désormais également opter pour cette nouvelle option en Belgique pour donner plus de visibilité et de pertinence à leur marque sur les plateformes du premier détaillant européen d'électronique grand public. Le lancement des Sponsored Brand Ads est un développement stratégique important qui vient s'ajouter aux produits publicitaires déjà disponibles, tels que Sponsored Product Ads (SPA), A+ Content et Reporting, afin de poursuivre la forte trajectoire de croissance du secteur des médias « retail » au sein de l'entreprise.

Les Sponsored Brand Ads peuvent désormais être réservées en Belgique, mais aussi aux Pays-Bas, en Allemagne, en Autriche, en Italie, en Espagne, en Pologne et en Suisse. MediaMarkt ajoute ainsi une option attrayante à son assortiment de produits et permet à ses partenaires de tirer davantage parti de l'ensemble du funnel, augmentant ainsi la notoriété et la visibilité de la marque. Le déploiement international de ce nouveau produit est une étape importante pour atteindre l'objectif de MediaMarkt d'étendre son activité de médias de détail à 45 millions d'euros de chiffre d'affaires dans les huit pays où ce produit est disponible d'ici la fin de l'exercice 2025/26.

"L'année 2024 a très bien commencé et nous avons connu une forte croissance. Nos résultats du deuxième trimestre montrent une multiplication par cinq des revenus de notre division de médias de détail dans toute l'Europe. Avec notre nouveau produit Sponsored Brand Ads, nous voulons poursuivre cette croissance et offrir à nos partenaires la meilleure sélection possible de produits et services sur l'ensemble du funnel", déclare Torsten Ahlers, Managing Director de Media-Saturn Marketing GmbH.

Quatre produits de retail media disponibles au niveau international

Outre les Sponsored Brand Ads, il existe d'autres possibilités de mettre en avant des produits ou des marques. Ceux qui souhaitent mettre en lumière un produit spécifique via la fonction de recherche dans la boutique en ligne de MediaMarkt peuvent utiliser les Sponsored Product Ads. Dans huit des onze pays où MediaMarkt est actif, cette option est disponible en self-service en plus du service géré. Cela signifie que les annonceurs peuvent définir leurs propres paramètres, leur budget, etc. au lieu de passer par la branche médias de MediaMarkt. Un autre produit est l'A+ Content, disponible dans neuf des onze pays. Cette option permet aux partenaires de créer des pages de détails de produits encore plus exclusives et ciblées. En outre, MediaMarkt propose le Reporting, qui fournit des informations sur les données du site web et des ventes. Ces rapports détaillés aident à suivre avec précision toutes les étapes du parcours client. Les quatre produits sont tous disponibles pour la Belgique.

MediaMarkt vend les produits en collaboration avec Criteo. Les partenaires peuvent choisir de laisser MediaMarkt ou Criteo gérer leurs campagnes, ils peuvent également décider de gérer et de surveiller eux-mêmes leurs propres budgets (ou de confier cette tâche à leur agence média) via l'option en self-service. Après une phase de test, le produit SBA sera également disponible en self-service.

Mais ce n'est que le début, car Torsten Ahlers se projette déjà vers l'avenir : "Avec nos quatre produits publicitaires disponibles, que nous avons déployés dans presque tous les pays, nous avons créé une base solide et une offre attrayante. Nous devons maintenant nous concentrer sur d'autres domaines, tels que l'élargissement de notre audience cible. Nous allons continuer à développer et à standardiser cela pour définir des segments de clientèle pertinents sur la base des données de nos visiteurs de site. À l'avenir, nous pourrions de plus en plus exploiter nos points forts, comme notre plateforme omnicanale, dans le secteur des médias de détail. Nous voulons ainsi offrir à nos partenaires la possibilité d'augmenter la notoriété de leurs marques et produits directement en magasin grâce à la publicité en



magasin. Nous voyons également d'autres avantages d'échelle au sein de l'entreprise, comme la possibilité désormais d'offrir les Sponsored Product Ads à nos vendeurs sur la Marketplace."

Contact presse

Marguerite Kervyn
press@mediamarkt.be
+32 2738 0620

À propos de MediaMarkt

MediaMarkt est la plus grande chaîne d'électronique en Europe et est active aux Pays-Bas depuis 1999 avec actuellement 55 magasins. Il existe actuellement 24 magasins en Belgique et 2 au Luxembourg. Au total, la chaîne de magasins compte environ 1000 magasins répartis dans 11 pays européens.

Chez MediaMarkt, le consommateur est au centre de nos préoccupations. Chaque année, plus de 100 millions de consommateurs visitent MediaMarkt : en se rendant en magasin ou en ligne. Grâce à la proposition omnicanal, le consommateur est servi via divers canaux et peut lui-même décider comment, où et quand choisir, acheter et recevoir de l'électronique. Depuis mars, une place de marché a également été lancée pour le Benelux.

Avec le Smartbar présent dans chaque magasin MediaMarkt, le client bénéficie de conseils et de services supplémentaires, tels que l'offre d'un étalonnage TV unique et la mise en service de ordinateurs portables, tablettes et smartphones. De plus, un large assortiment d'abonnements télévisuels et téléphoniques ainsi que divers fournisseurs d'électricité verte sont disponibles.

Avec BetterWay, notre proposition de durabilité, nous aidons les consommateurs à faire des choix de produits plus durables et à adopter des comportements plus durables.

La chaîne de magasins a été fondée en 1979 et fait partie du groupe de distribution MediaMarkt Saturn.

Plus d'informations sur <https://www.mediamarkt.be>