

Live Shopping : toute l'expertise de SRP Media au service de Microsoft

La Plaine Saint-Denis, le 31 janvier 2022 - Depuis 3 ans, SRP Media, la régie publicitaire du Groupe Showroomprivé, accompagne Microsoft dans le développement de ses ventes en ligne. Le 2 février 2022, SRP Media épaulera une nouvelle fois la marque à l'occasion d'une séance de live shopping consacrée à la Xbox Série S.

Un dispositif sur mesure pour booster les ventes de la Xbox Série S

En collaboration avec Microsoft, SRP Media a imaginé un dispositif destiné à promouvoir l'un des produits phares de la marque : la nouvelle Xbox Série S.

Riche de son expérience dans l'accompagnement des marques désireuses de développer leur présence en ligne et d'accroître leurs ventes auprès de nouveaux publics, SRP Media a construit, de A à Z, une opération sur-mesure pour Microsoft. De la conception à la médiatisation en passant par la co-rédaction du script et l'activation de nombreux leviers marketing, SRP Media entend ainsi aider Microsoft à capter efficacement l'attention de la clientèle de Showroomprivé à l'occasion d'une séance unique de Live Shopping.

Pour créer l'événement, SRP Media met en place :

- Une phase de teasing avec une mise en avant ciblée sur Tik Tok, Instagram et Facebook
- Deux emailings ciblés dédiés à l'opération
- Des push ciblés adressés aux membres de Showroomprivé
- Un ancrage premium en page d'accueil du site de Showroomprivé
- Une page 100% dédiée réalisée sur mesure pour coller aux besoins de la marque.

En complément de ce dispositif 360°, lors du Live de 30 minutes qui sera animé par Thomas Vouzelaud, Content Creator chez Microsoft France, un tirage au sort sera effectué parmi les participants qui pourront gagner :

- Premier Lot : une Xbox Series S, une manette Elite Series 2, un casque filaire Xbox
- Deuxième lot : une manette electric volt

Enfin, un replay de cette séance sera disponible pendant 4 jours afin d'assurer le maximum de visibilité à cette opération.

« Avec nos 25 millions de membres et jusqu'à 2 millions de visites par jour, nos plateformes sont des diffuseurs stratégiques pour optimiser la résonance du live et recruter un maximum de viewers lors des événements Live Shopping. Nous offrons aux marques l'opportunité de capter une communauté tactique, en phase d'achat, captive mais aussi puissante... Une réelle opportunité pour nos partenaires. » explique Elodie Richard, Directrice de SRP MEDIA qui ajoute : *« Avec cette seconde opération de live shopping en partenariat avec Microsoft, nous montons d'un cran dans notre stratégie en proposant une médiatisation forte et tactique. Notre expérience dans ce domaine nous permet d'améliorer notre compréhension de ce nouveau levier et de garantir à nos partenaires un accompagnement au service de leurs enjeux. Nous aurons toujours à cœur d'optimiser nos solutions, d'accompagner les marques dans l'atteinte de leurs objectifs et de faire de l'expérience client notre priorité »*



Un partenariat de long terme pour élargir l'audience de l'enseigne

Cette opération imaginée par SRP Media s'inscrit dans la continuité de la relation qui lie la régie à Microsoft. En effet, le Microsoft Store travaille depuis plusieurs années avec SRP Media sur la mise en place de campagnes et de nouveaux dispositifs de relation clients.

Une façon pour la marque, qui ne dispose pas de boutiques physiques en France, de recruter de nouveaux clients, mais également de faire de la pédagogie autour de produits parfois techniques et nécessitant de l'accompagnement client dans l'aide au choix et à la décision. Une proposition de valeur très difficile à mettre en œuvre dans un contexte de ventes 100% en ligne.

Par ailleurs, ce partenariat permet à Microsoft, à travers SRP Media, de toucher un large bassin d'audience avec de fortes capacités de segmentation et notamment une complémentarité avec les audiences naturelles de la marque (tant en termes de profils que de géographie).

En créant des rendez-vous réguliers avec les clients, Microsoft étend ainsi son audience et chaque campagne lui donne accès à des données riches lui permettant d'analyser en profondeur les comportements des consommateurs vis à vis des produits présentés.

Une première opération de Live Shopping avait déjà été mise en place avec SRP Media autour de la tablette Surface Pro 7. Un défi technique de 25 minutes qui avait fait ses preuves avec plus de 600 viewers.

« En termes d'impact, l'ensemble du dispositif et l'intégration du live nous ont vraiment permis d'augmenter le reach et l'engagement des clients. En 5 jours de campagne nous avons touché autant de visiteurs qu'en un mois sur notre site sur cette gamme de produits. Et nous avons pu répondre en une heure à la somme de questions clients que nous traitons par chat ou téléphone sur notre propre site en environ 1 mois également (hors période de lancement de nouveau produit). » souligne ainsi Aude Breteau, Head of E-Commerce chez Microsoft.

A propos de SRP MEDIA:

Lancée en 2018, SRP Media, régie publicitaire du Groupe Showroomprive (TOP 10 acteur e-commerce mode⁽¹⁾), propose une nouvelle vision du média grâce à la puissance de son audience (25 millions de membres global Groupe). Les offres SRP MEDIA, complémentaires et sur mesure, permettent de répondre aux enjeux des marques auprès d'une cible référente : les DIGITAL WOMEN. SRP Media articulent ses solutions autour d'objectifs stratégiques : branding & conversion (à partir de 10M de contacts potentiels), visibilité & trafic (à partir de 6,5M de contacts potentiels), drive to (e)-store, découverte & test produit, et ciblage ultra-affinitaire (plus de 20 millions de profils et plus de 500 critères de ciblage). Puissants, agiles et affinitaires, les différents dispositifs proposés réinventent la manière dont les femmes découvrent et achètent en ligne. En savoir plus sur <https://www.srp-media.com/>

(1) FEVAD, étude Médiamétrie France 2022 : Sélection des sites par univers à partir de la mesure d'audience Médiamétrie // NetRatings. Enquête déclarative des sites d'achat sur les 12 derniers mois par 4000 internautes de 15 ans et + réalisée du 05.09.2019 au 24.09.2019

Contact presse :

Hélène Rautureau – Responsable Communication
06 61 53 60 62 – helene.rautureau@srp-media.com