



Advertising

SFR

Chiffre du mois : La rétrospective de 2024

SWIPE



+23 % : Les seniors surperforment.

Avec +23% de conversion versus la moyenne des exposés. Les plus de 60 ans constituent un levier d'engagement important dans le secteur voyage.

👉 Un levier à activer pour les acteurs de la mobilité.



KEEP SWIPING

+29% : Les jeunes aussi performant en télé !

Une mesure d'impact TV segmentée a révélé une surperformance de 29 % des 25-34 ans par rapport aux autres tranches d'âge dans le secteur de la beauté.

👉 Une opportunité à saisir pour les annonceurs souhaitant toucher cette cible stratégique.

KEEP SWIPING



+7,6% : La météo compte en TVS

Le ciblage sur les zones ensoleillées en TVS a permis d'augmenter de 7.6% le taux de conversion en magasin dans la distribution spécialisée jardinage.



ONE MORE



Advertising

SFR

Et vous quelles ont été vos performances publicitaires en 2024 ?

Précision : Les données présentées dans ce post sont issues d'études spécifiques réalisées par Retency en 2024 pour des campagnes en TV linéaire et en TV segmentée. Elles reflètent des observations particulières et ne prétendent pas être des généralités applicables à l'ensemble du marché.

COMMENT BELOW