



+45% de mémorisation pour la nouvelle marque SNCF Connect avec les solutions vidéos Outbrain

Verticale

Tourisme/Transport

Objectif

Notoriété

Produit

"Click-to-Watch"

Contexte

[SNCF Connect](#), héritier de OUI.sncf et de l'Assistant SNCF, distribue toutes les offres de SNCF Voyageurs et a réalisé un volume d'affaires de 4,3 milliards d'euros en 2021. C'est aussi le [3ème site de réservations hôtelières](#) en nombre d'acheteurs en 2021.

En janvier 2022, SNCF Connect & Tech a regroupé ses services digitaux pour les voyageurs en lançant un service unique, SNCF Connect - un changement majeur pour de nombreux Français. Pour assurer une transition efficace et une prise de conscience rapide par ses clients et prospects, le géant français des mobilités durables a lancé une large campagne de communication regroupant TV, Social, Search, Display et bien entendu Marketing sur l'open web.

Solution

La capacité d'Outbrain à constamment innover pour toucher des audiences pertinentes et ultra engagées, ainsi que l'opportunité de pouvoir mesurer avec précision l'impact d'une campagne de Discovery sur la mémorisation de marque, ont convaincu la Direction Marketing de SNCF Connect d'activer "Click-to-Watch" (CTW).

CTW offre une expérience vidéo premium et respectueuse de l'internaute puisque non-intrusive et 100% choisie par l'internaute. En effet, la vidéo se lance au clic de l'utilisateur (audience "opt-in") dans un player grand écran et avec le son, favorisant l'attention et la mémorisation du message publicitaire. L'internaute est ainsi dans des **conditions parfaites d'attention** pour visionner son contenu.

Résultats

L'expérience immersive et ultra engageante offerte par CTW, avec un player vidéo au reflet de la marque et qui peut intégrer un CTA (call to action) pour un engagement accru, a permis à SNCF Connect de booster la notoriété et la mémorisation pour sa marque - résultats Nielsen :

+45%

de mémorisation
toutes audiences
confondues

+23%

de notoriété pour
les audiences
intentionnistes

+33%

d'association pour
les audiences
intentionnistes



"Outbrain est un acteur majeur et essentiel de notre média mix depuis de nombreuses années, notamment sur nos objectifs milieu et bas-de-funnel tels que la génération de trafic et de conversions. Je suis aujourd'hui vraiment impressionné par les performances du Discovery sur des KPIs de branding haut-de-funnel, certifiés par un organisme tiers ; bien au-delà de nos attentes. Suite aux très bons résultats d'Outbrain, nous avons décidé de les intégrer à notre prochaine campagne."

David Nedzela, Directeur Marketing SNCF Connect