



SMART &  
CONNECTED

CASE STUDY  
RETAIL / PARFUM



# DRIVE TO STORE SEPHORA

## COAD SEPHORA / PACO RABANNE PARFUMS

Objectif de la campagne :

- Créer du trafic en magasin sur les boutiques partenaires de l'offre Sur Paris & à la Défense (Centres commerciaux Beaugrenelle, Les 4 Temps et Paris Opéra)
- Promouvoir l'offre produit sur une durée limitée fin octobre début novembre
- Cibler les jeunes urbains de moins de 35 ans pour le parfum Invictus de Paco Rabanne

Apport ECN :

Ciblage en affinité sur hommes -35 ans

Proximité des points de vente à moins de 10 min

Activation du shopping sur la pause déjeuner

**paco rabanne**

INVICTUS



*Offre Exclusive*

Une trousse de toilette INVICTUS

**SEPHORA**

AU CŒUR DE LA BEAUTE

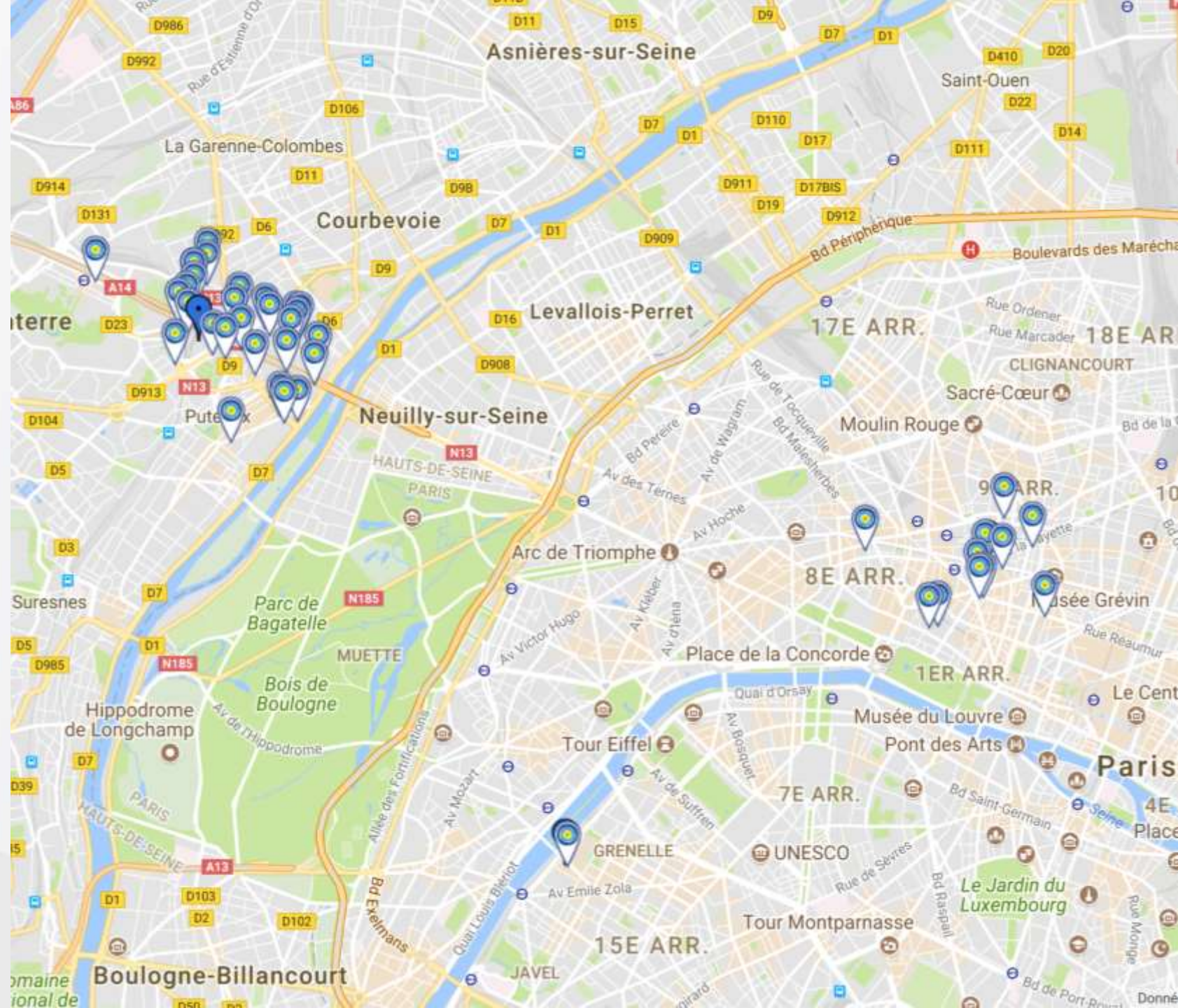


# DRIVE TO STORE

ACTIVATION VERS LES  
BOUTIQUES  
SEPHORA

BEAUGRENELLE  
OPÉRA & LA DÉFENSE

17 SITES SUR PARIS  
39 SITES SUR LA DEFENSE



# RESULTATS UNE CIBLE JEUNE URBAINE ET CSP +

---

**+ 4 millions de contacts sur 10 Jours**

79% CSP +

**66 % hommes**

**34 % hommes de - 35 ans**

**Répétition de 23 en 2 semaines**

# + 4 190 000 CONTACTS SUR 10 JOURS DE CAMPAGNE

---



**70%**

ACHETEURS  
DE PARFUMS



**47%**

SOUVENIR  
ASSISTÉ



**45%**

INCITER À SE RENDRE  
DANS UN SEPHORA



paco rabanne

INVICTUS



Offre Exclusive  
UNE BOÛSSE DE TOILETTE INVICTUS

SEPHORA  
AU CŒUR DE LA BEAUTÉ



UNE REPETITION DE 22,3

# DES HOMMES – 35 ANS CONQUIS

---

**Une cible d'hommes jeunes séduits par la marque**

48 % sont incités à se rendre en magasin

48 % souhaitent profiter de l'offre exclusive

44 % ont envie d'acheter le parfum





78 RUE TAITBOUT

75009 PARIS

Téléphone: +33 1 6 67 77 32 67

[info@executivechannelnetwork.fr](mailto:info@executivechannelnetwork.fr)

[ExecutiveChannelNetwork.fr](http://ExecutiveChannelNetwork.fr)

