

# Réseaux de retail media

Boostez les ventes et l'engagement client tout en générant de nouveaux flux de revenus



Avec l'essor du shopping en ligne, les magasins physiques doivent se réinventer. Résultat, leurs stratégies de mise en avant des produits, de signalisation et d'offres spéciales prennent, elles aussi, le virage du digital.

Les réseaux de retail media fournissent une plateforme digitale pour créer des promotions et publicités ciblant la clientèle, aussi bien en ligne qu'en magasin. Écrans, appareils mobiles, rayonnages, produits... la pub s'affiche partout.

## Une meilleure connaissance des clients

Cette technologie fournit de précieuses informations sur les comportements et préférences des consommateurs pour transformer la façon dont les supermarchés opèrent. En examinant de près les interactions des clients avec les plateformes publicitaires digitales, vous collectez une mine de données sur les articles les plus prisés, les promotions les plus efficaces et les rayons les plus fréquentés. Vous avez ainsi toutes les cartes en main pour optimiser l'agencement du magasin, la mise en avant des produits et vos stratégies marketing.

Ces éclairages peuvent également servir à concevoir des offres promotionnelles en ligne et in-store au service d'expériences omnicanales. Enfin, ils s'avèrent très utiles pour décider à qui vendre les espaces publicitaires sur le site web de l'enseigne.

**verizon**  
business



En bref, les réseaux de retail media améliorent les ventes, renforcent l'engagement client et génèrent de nouveaux flux de revenus. Ainsi, l'affichage de publicités ciblées basées sur les comportements et préférences des clients augmente la probabilité d'achat. Autre avantage, et non des moindres : l'enseigne peut engranger des revenus complémentaires en louant ses espaces publicitaires à des annonceurs tiers.

En examinant de près les interactions clients, vous collectez une mine de données sur les articles les plus prisés, les promotions les plus efficaces et les rayons les plus fréquentés.

### La solution Verizon

Le digital retail media passe par une connectivité avancée. En effet, les applications, capteurs et caméras utilisés exigent une infrastructure robuste capable de traiter de vastes quantités de données en temps réel. Une connexion Internet haut débit et des réseaux sans fil fiables sont également indispensables à l'utilisation des appareils mobiles et autres technologies connectées.

Et cette technologie n'est qu'un exemple de ce que Verizon peut faire pour donner vie aux magasins connectés de demain. Sa mission : aider les enseignes en coulisse à gagner en efficacité tout en offrant des expériences clients hors pair.