



Retail : Comment optimiser le parcours d'achat avec le programmatique ?

publié le 04/11/2015

Descriptif :

Article sur le site Viuz : Alors que les parcours d'achat se complexifient, il devient de plus en plus important d'engager le client sur l'ensemble des canaux mobiles, sociaux, display, jusqu'à l'achat final.

Alors que les parcours d'achat se complexifient, il devient de plus en plus important d'engager le client sur l'ensemble des canaux mobiles, sociaux, display, jusqu'à l'achat final.

Selon le dernier rapport Mediamath cela implique une communication fine et un ciblage ultra contextuel et, côté consommateur, l'apport d'une valeur réelle.

Décryptage en 5 points :

Opérer le programmatique en mode multicanal



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.