

Euridis Business School s'impose avec un VTR de 93,44 %

93,44 % VTR

sur M6, DAZN, Qwest TV, Samsung Ads et autres

+3,44 %

par rapport à l'objectif du client

~ 100 %

d'impressions délivrées dans les dates prévues

- **Produit** : Guaranteed Auction Packages (GAP) d'Equativ et inventaire CTV premium sur M6, DAZN, Qwest TV, Samsung Ads et autres
- **Audience** : Futurs étudiants âgés de 18 à 26 ans à Paris, Lyon et Aix-en-Provence
- **Objectifs de la campagne** : Accroître la visibilité, atteindre la Gen Z et se émerger dans un marché du recrutement étudiant saturé.
- **Région** : Paris, Lyon et Aix-en-Provence, France

> Contexte

Dans un marché du recrutement étudiant saturé, Euridis Business School cherchait à émerger auprès des 18-26 ans dans trois villes prioritaires. Avec une consommation moyenne de 5 h 21 de vidéo par jour, la génération Z constituait une audience particulièrement réceptive à la CTV. S'appuyer sur des environnements premium d'éditeurs et de plateformes représentait ainsi un levier puissant pour accroître la visibilité de l'école.

> Solution

Environnements CTV premium :

Origine by Orixia a utilisé les Guaranteed Auction Packages d'Equativ pour sécuriser un inventaire CTV premium sur M6, DAZN, Qwest TV, Samsung Ads et autres. La campagne a touché la Gen Z via des applications CTV et des chaînes FAST, au cœur de ses usages vidéo.

Précision de l'audience :

La stratégie ciblait les futurs étudiants âgés de 18 à 26 ans à travers des environnements CTV premium correspondant aux habitudes de visionnage de la Gen Z. L'approche média est ainsi restée concentrée sur l'audience qu'Euridis Business School souhaitait influencer.

Catégories contextuelles :

Le ciblage méta-data de contenu a permis d'aligner la diffusion sur des contextes de visionnage pertinents, notamment autour des catégories Divertissement, Films et Drame. Elle a ainsi bénéficié d'environnements premium, en affinité avec les contenus consommés par l'audience.

Diffusion fiable de la campagne :

La campagne a maintenu une diffusion fiable pendant toute sa période d'activation, avec environ 100 % des impressions délivrées dans les délais prévus. Euridis Business School a ainsi pu assurer une couverture continue du lancement à la fin de la campagne.