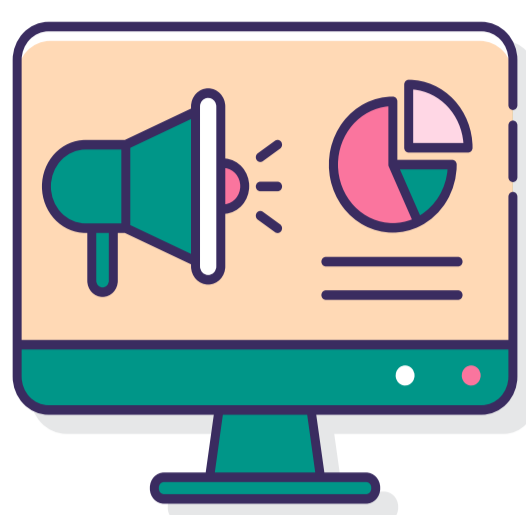


eRetail Media

Ce qu'il faut retenir en 8 points

Définition



Le eRetail Media regroupe l'ensemble des activations digitales, commerciales et marketing financées par un industriel en relation avec ses eRetailers, que ce soit en page catégorielle, recherche par mots clés ou basé sur la data client des distributeurs.

Un outil de monétisation pour les distributeurs

1% des revenus

des distributeurs sont générés par le eRetail media, soit plus de

14 milliards de dollars

dans la région EMEA.



Un outil d'animation des ventes et de communication pour les marques

Le eRetail media propose des solutions souples pour chaque besoin, attirant de plus en plus d'acteurs :

98%

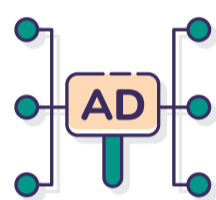
des décideurs marketing et commerciaux ont investi sur ce levier en 2019.



Un écosystème structuré autour de 5 acteurs clés



Les distributeurs et leurs régies



Les adtechs



Les agences media



Les annonceurs



Les experts de la data analytics

Les offres se regroupent en 4 grands clusters



Le Retail display



Le Retail search



L'activation on site



Le CRM onboarding

Un levier qui réunit media, trade marketing, et commercial



Aujourd'hui, **80% des budgets dans l'alimentaire sont pilotés par les équipes en charge du trade marketing, et 20% par le marketing.**

C'est l'inverse dans le non alimentaire.

L'importance de l'exécution

Les ruptures font perdre en efficacité les campagnes et sont dans le **top 3 des raisons d'abandon des circuits du eCommerce alimentaire.**



Quel eRetail Media demain ?



Plus mature



Plus ouvert



Plus standardisé et interconnecté pour mieux servir l'omnicanalité



Contactez-nous

nathan@datagram.ai

www.datagram.ai

Vous pouvez dès à présent télécharger le livre blanc en [cliquant ici](#)