

FIFTY-FIVE (55) remporte l'accompagnement de GROUPE RENAULT pour la mesure de la performance du marketing digital et l'innovation dans l'AdTech

GROUPE RENAULT accélère dans sa transformation marketing, pilotée par la data. C'est dans ce cadre que la data company FIFTY-FIVE a été sélectionnée pour accompagner le constructeur dans la mise en place de solutions AdTech innovantes et de mesure de la performance du marketing digital, suite à une compétition entre différentes agences spécialisées.

Paris, le 28 septembre 2020 : GROUPE RENAULT annonce le renouvellement de l'accompagnement de fifty-five. L'objectif de la mission est d'accompagner le constructeur dans la définition et la mise en place de sa stratégie AdTech.

La démarche vise notamment à :

- Fiabiliser et pérenniser à l'échelle mondiale le choix et l'utilisation des outils AdTech
- Doter le GROUPE RENAULT d'une meilleure compréhension des parcours client de bout en bout, et des attentes des automobilistes lors de leurs achats
- Définir, mettre en oeuvre et déployer des outils de pilotage du marketing digital, visant à optimiser la performance de tous les canaux

L'accélération des changements du secteur automobile amplifie l'importance de l'utilisation de la data pour l'ensemble de l'activation marketing. Focalisé sur le data-driven marketing, le GROUPE RENAULT continue ses efforts pour mettre la data et la technologie au service d'une communication personnalisée pour ses clients.

« fifty-five nous accompagne depuis de nombreuses années et je suis très heureux de continuer ce partenariat qui livre des résultats concrets pour nos activités marketing. Leur connaissance des outils et de la data est clé pour améliorer la

mesure de la performance et la mise en place de nos initiatives de marketing digital à grande échelle », déclare Bastien Parizot, VP Customer Activation & Data chez GROUPE RENAULT.

« En tant que constructeur automobile investissant massivement dans le marketing, nous avons le plaisir de collaborer avec les équipes fifty-five depuis presque dix ans pour définir et mettre en place une stratégie data-driven ambitieuse. Nous renouvelons aujourd'hui notre confiance, avec un objectif : mettre à disposition de tous nos marchés des solutions innovantes et performantes de marketing data-driven », se réjouit Laurent Laporte, Director of Digital Campaign Performance Tools chez GROUPE RENAULT.

A propos de fifty-five

fifty-five, the data company

fifty-five accompagne les entreprises dans l'exploitation de leurs données au service d'un marketing et un achat-média plus performants. Partenaire des annonceurs de la collecte à l'activation des données, la *data company* aide les organisations à devenir de véritables entités omnicanales maîtrisant l'efficacité de leur écosystème digital et ses synergies avec le monde physique. Pilier data stratégique de You & Mr Jones, premier groupe de BrandTech au monde, fifty-five propose des prestations associant conseil, services et technologie. fifty-five compte aujourd'hui des bureaux à Paris, Londres, Hong Kong, New York, Shanghai, Genève, Shenzhen et Taipei.

www.fifty-five.com · www.teahouse.fifty-five.com · contact@fifty-five.com

Contact presse · Agence Raoul

Sibylle de Villeneuve · 06 45 29 58 57 · sibylle@agenceraoul.com

Léa Kaniewski · 06 23 62 37 41 · lea.kaniewski@agenceraoul.com