Communiqué de presse

ORNIKAR fait confiance au spécialiste du DOOH LittleCorner pour promouvoir son service d'auto-école en ligne agréée

Paris, le 29 mai 2018 – Afin de mettre en valeur son service d'auto-école en ligne à coûts réduits dans la ville de Lille, ORNIKAR a fait appel à la startup LittleCorner pour développer et déployer une campagne d'affichage digital ultra-ciblée.

Créée en 2013, la startup ORNIKAR propose une alternative au modèle traditionnel de l'auto-école et est devenue la 1ère auto-école en ligne agréée par l'État. Leader sur son marché, l'entreprise a décidé de faire appel à une solution originale, mais très efficace pour soutenir son développement dans la ville de Lille : une campagne d'affichage publicitaire numérique sur des écrans présents dans les toilettes !

Ces écrans, développés par le spécialiste de l'affichage DOOH LittleCorner, ont permis le déploiement d'une campagne locale à forte visibilité à qui s'est déroulée du 30 avril au 13 mai 2018.

« Grâce à nos écrans, ORNIKAR a pu bénéficier d'une solution extrêmement ROIste. En effet, grâce au capteur thermique intégré dans chacun de nos écrans, notre client sait exactement combien de personnes ont vu sa campagne et nous ne lui facturons que les spots vus dans leur intégralité. Ce modèle économique transparent est très attractif pour des startups en forte croissance comme ORNIKAR qui sont des habituées du growth hacking » analyse Efraim Clam, fondateur et CEO de LittleCorner.

À propos de LittleCorner

LittleCorner, c'est le leader de l'affichage publicitaire de performance dont la solution d'affichage digital en extérieur (DOOH) génère le plus fort taux de mémorisation du marché publicitaire tout support confondu (85% selon TNS Media Intelligence). Son pari ? Une solution d'affichage digital dynamique dans les toilettes de lieux haut de gamme et affinitaires. Son atout ? Une technologie propriétaire qui apporte aux annonceurs une mesure d'audience en temps réel ultra-précise, mais dans un espace jusque-là inexploité par le digital.

Depuis sa création en 2014, LittleCorner a déjà déployé plus de 2 000 écrans dans 700 lieux et couvre 25 villes françaises. Grâce à ses outils de ciblage et de gestion de campagne en temps réel, LittleCorner a déjà su convaincre des annonceurs de 1er plan tels que Amazon, Uber, BNP Paribas, Heineken ou encore Total. La jeune société bénéficie aussi du soutien de plusieurs investisseurs de renom dont Pascal Nègre (ancien PDG d'Universal Music France), Alain Lahana (tourneur d'artistes tels que Patti Smith et David Bowie) ou encore Cyril Vermeulen (fondateur d'Aufeminin.com).