



DooH it

Nouvelle campagne digitale Audi pour le lancement de la e-Tron

Audi choisit le Digital Out Of Home avec DooH it & Remind.

A partir du 16 Avril 2019, la marque allemande diffusera le spot publicitaire pour la nouvelle Audi e-tron sur les supports de la régie publicitaire DooH it. Le 1^{er} modèle 100% électrique de la gamme se place comme un des plus innovants en terme de technologies et la marque affiche clairement sa volonté de devenir un acteur incontournable de l'automobile électrique d'ici les prochaines années. Avec des performances dignes des véhicules les plus sportifs, l'Audi e-tron se positionne comme une vraie merveille de technologie.

La marque a choisi de cibler les cafés/restaurants parisiens avec une audience clientèle CSP+. Ce sont donc 80 bornes du parc lieux de vie de la start-up qui diffuseront la campagne.

Comment ça marche ? Un client a besoin de recharger son téléphone, il utilise les bornes digitales CharLi pour faire le plein de batterie. Lorsqu'il se branche, la campagne se diffuse tant que l'utilisateur reste branché à la borne. Avec des rechargements moyens de 10 minutes, le contenu publicitaire créée par l'agence Mullen Lowe a donc le temps d'être visionné au moins 20 fois par l'utilisateur. Cela laisse le temps à Audi d'installer le message relatif à ce nouveau modèle. Grégory Bigo, Account Manager chez Mullen Lowe : « *nous avons fait un film à l'image de la nouvelle Audi e-tron : un véhicule 100% électrique qui bénéficie de l'ensemble des technologies Audi et d'un large choix de solutions de recharge.* »

Avec cette campagne inédite, Audi choisit une **communication plus innovante, qui privilégie la qualité de diffusion auprès d'une audience ultra ciblée et affinitaire.**

C'est l'agence Remind qui a fait appel à DooH it afin d'envisager cette campagne expérientielle placée sous le signe du service rendu. En effet, grâce à cet aspect de rechargement de smartphone rendu à l'utilisateur, la communication sera perçue d'une toute autre manière.

DooH it