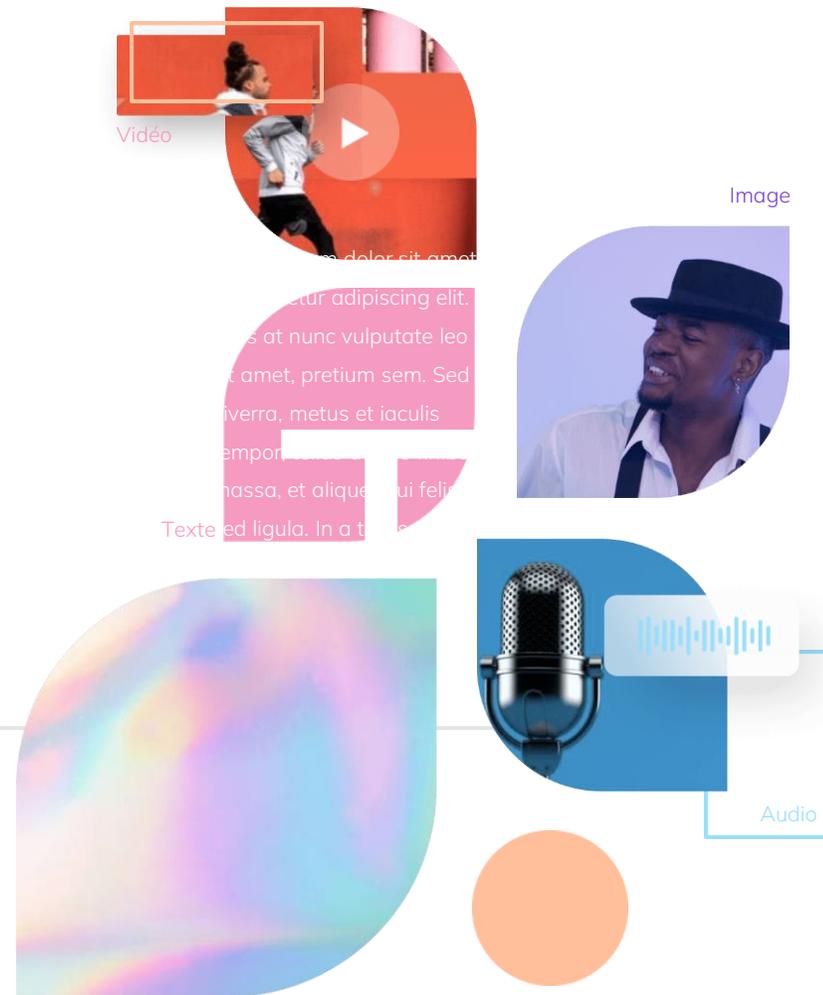
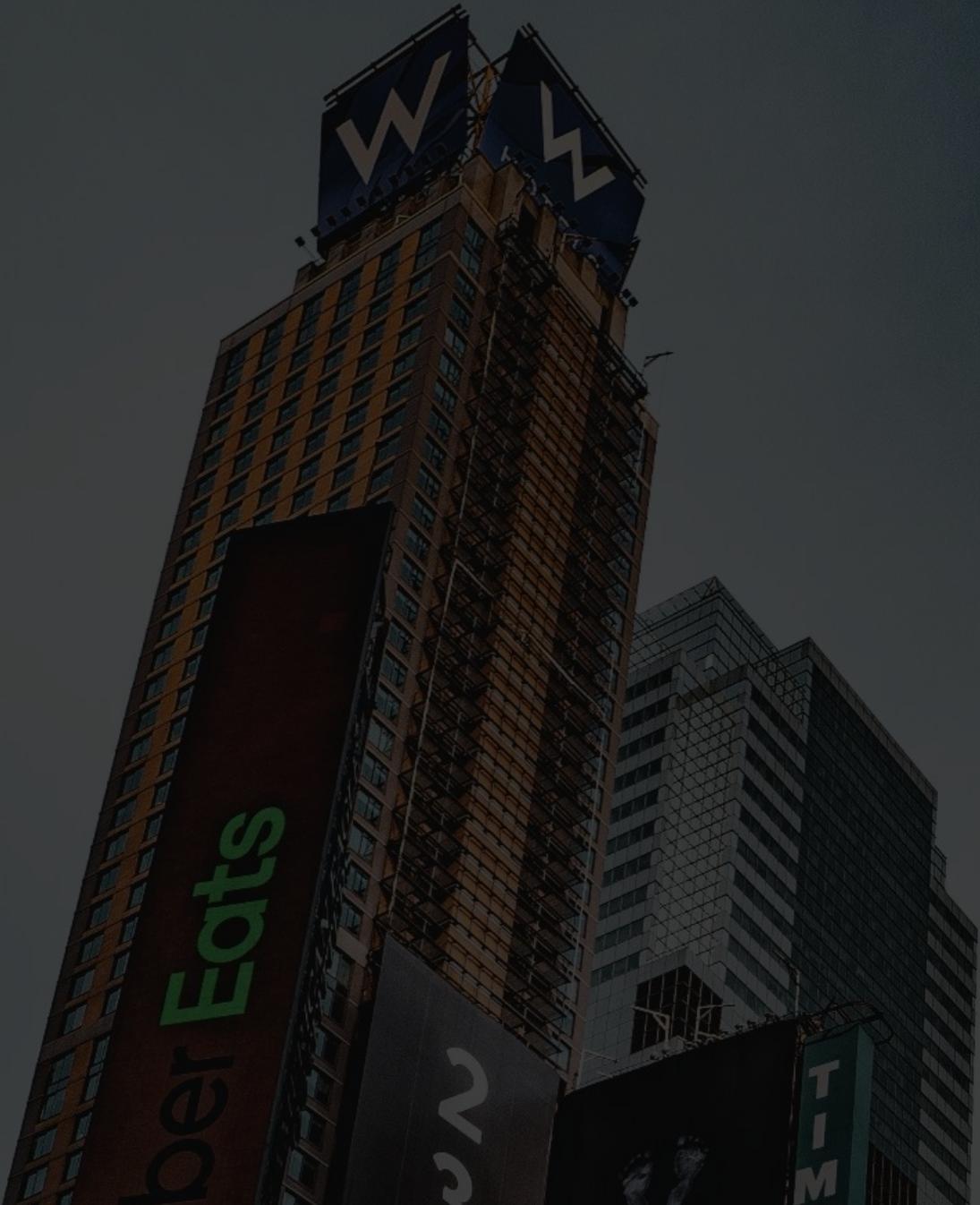


Measurement technologies for the new marketing era



**1**

**PRÉDIRE L'EFFICACITÉ MÉDIA**





Nous sommes exposés à

**10,000** **marques**

par jour

**30%**

**ne sont pas visibles**





50%

ne sont pas vues



**90%**

**ne sont pas vues plus de 2 secondes**

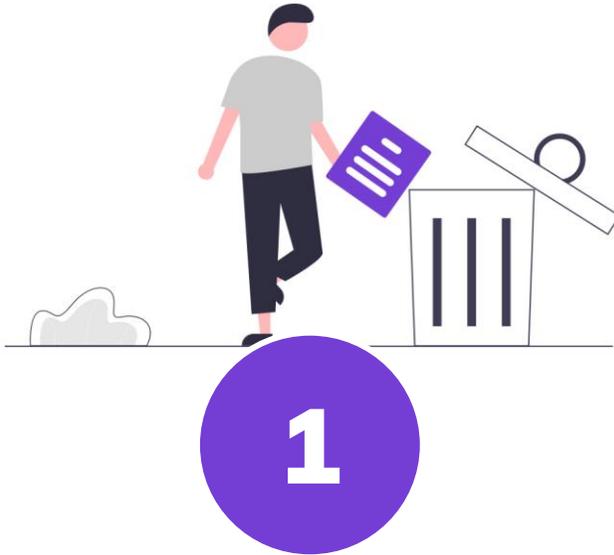


# xpln.ai

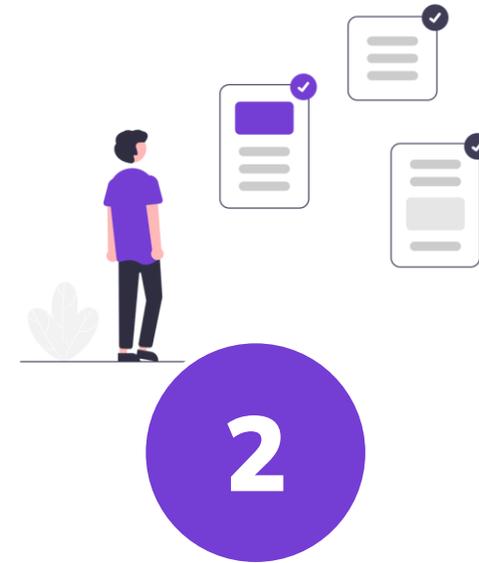
xpln.ai développe une technologie qui mesure et optimise l'attention portée aux publicités

# XPLN.AI REPOND À 2 ENJEUX

XPLN.AI VOUS PERMET D'OPTIMISER LA VRAIE QUALITÉ DE VOS INVESTISSEMENTS



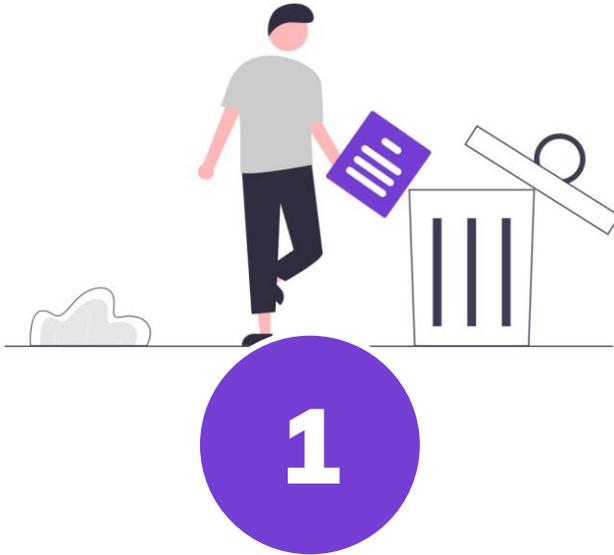
Identifier et économiser  
**le média investi à perte**



Optimiser et augmenter  
**le média investi efficacement**

# XPLN.AI REPOND À 2 ENJEUX

XPLN.AI VOUS PERMET D'OPTIMISER LA VRAIE QUALITÉ DE VOS INVESTISSEMENTS



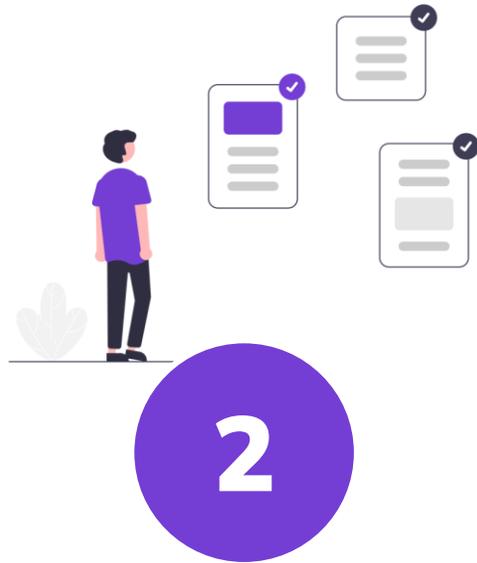
Identifier et économiser  
**le média investi à perte**

# 24%

**Impressions visibles mais non-vues**  
**Micro-formats publicitaires**  
**Encombrement publicitaire**  
**Inventaires d'arbitrageurs (MFA)**

# XPLN.AI REPOND À 2 ENJEUX

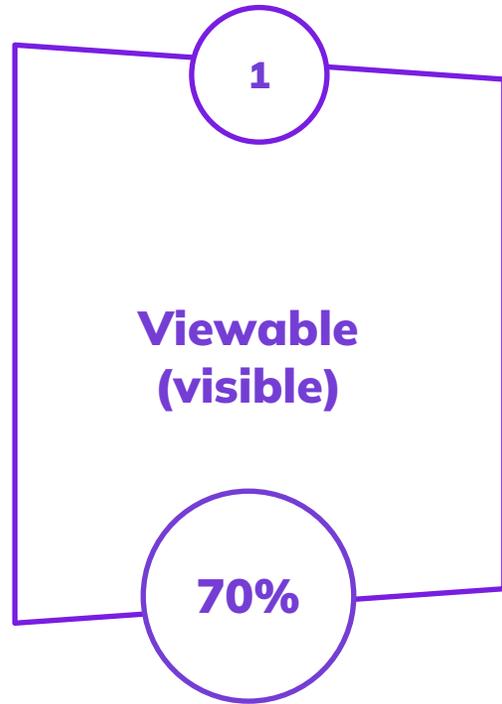
XPLN.AI VOUS PERMET D'OPTIMISER LA VRAIE QUALITÉ DE VOS INVESTISSEMENTS



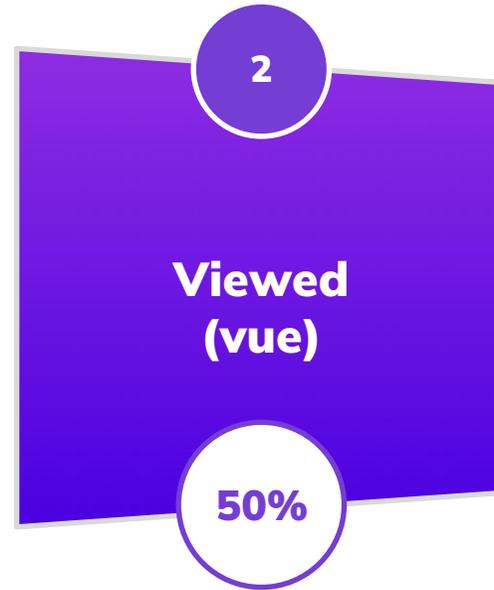
Optimiser et augmenter  
**le média investi efficacement**

# x2

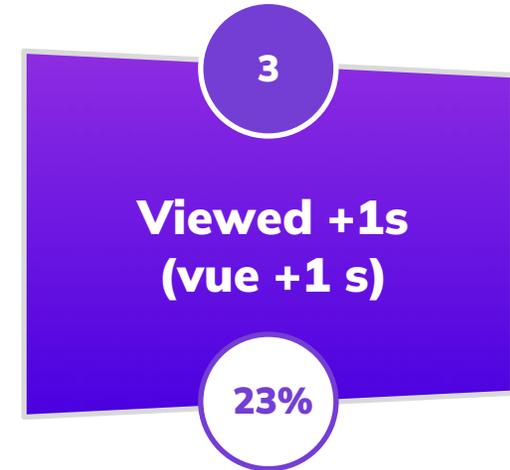
**Taux de mémorisation publicitaire  
pour le média qui génère de  
l'attention mesurée par xpln.ai**



La publicité s'affiche à l'écran pendant au moins 2 secondes

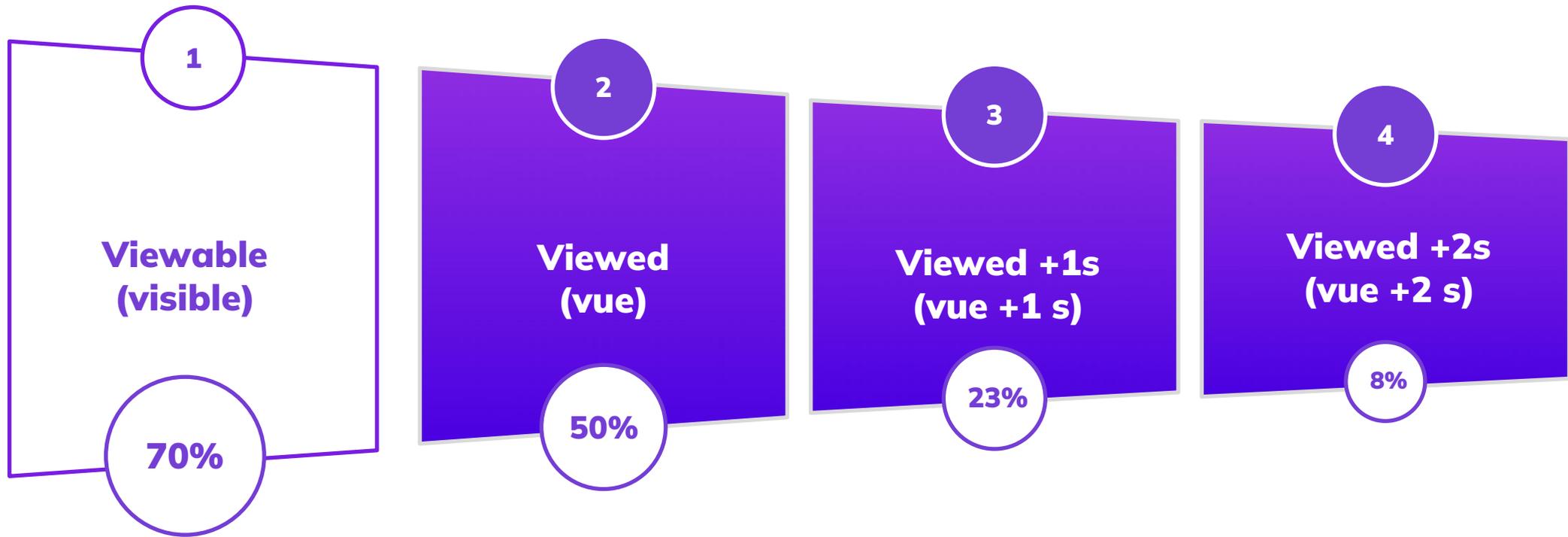


L'utilisateur pose son regard sur la publicité au moins 0,2 secondes



L'utilisateur pose son regard sur la publicité au moins 1 seconde

# Funnel de l'attention publicitaire



La publicité s'affiche à l'écran pendant au moins 2 secondes

L'utilisateur pose son regard sur la publicité au moins 0,2 secondes

L'utilisateur pose son regard sur la publicité au moins 1 seconde

L'utilisateur pose son regard sur la publicité au moins 2 secondes

# Funnel de l'attention publicitaire

**2**

## **ATTENTION METRICS**

# ATTENTION METRICS

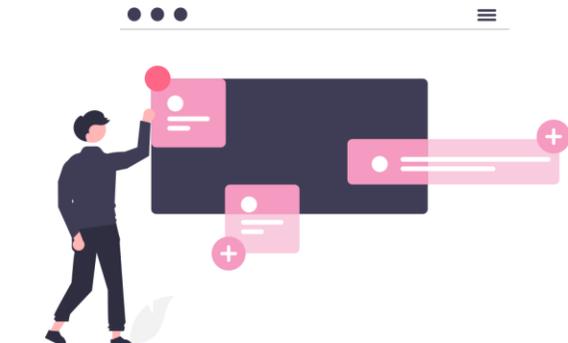
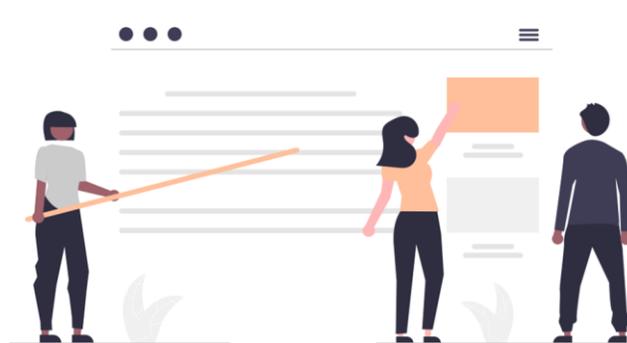
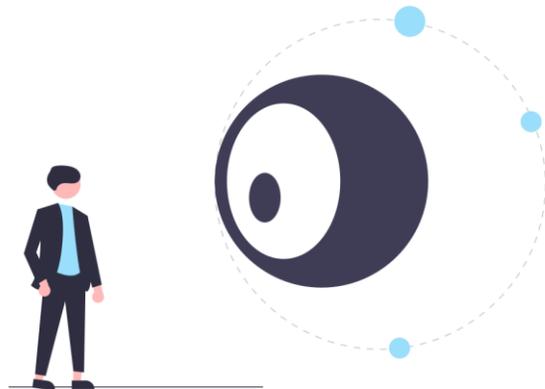
DÉFINITION : MESURE DÉTERMINISTE DE LA QUALITÉ DES IMPRESSIONS PUBLICITAIRES

## ATTENTION METRICS

Authentic Viewability

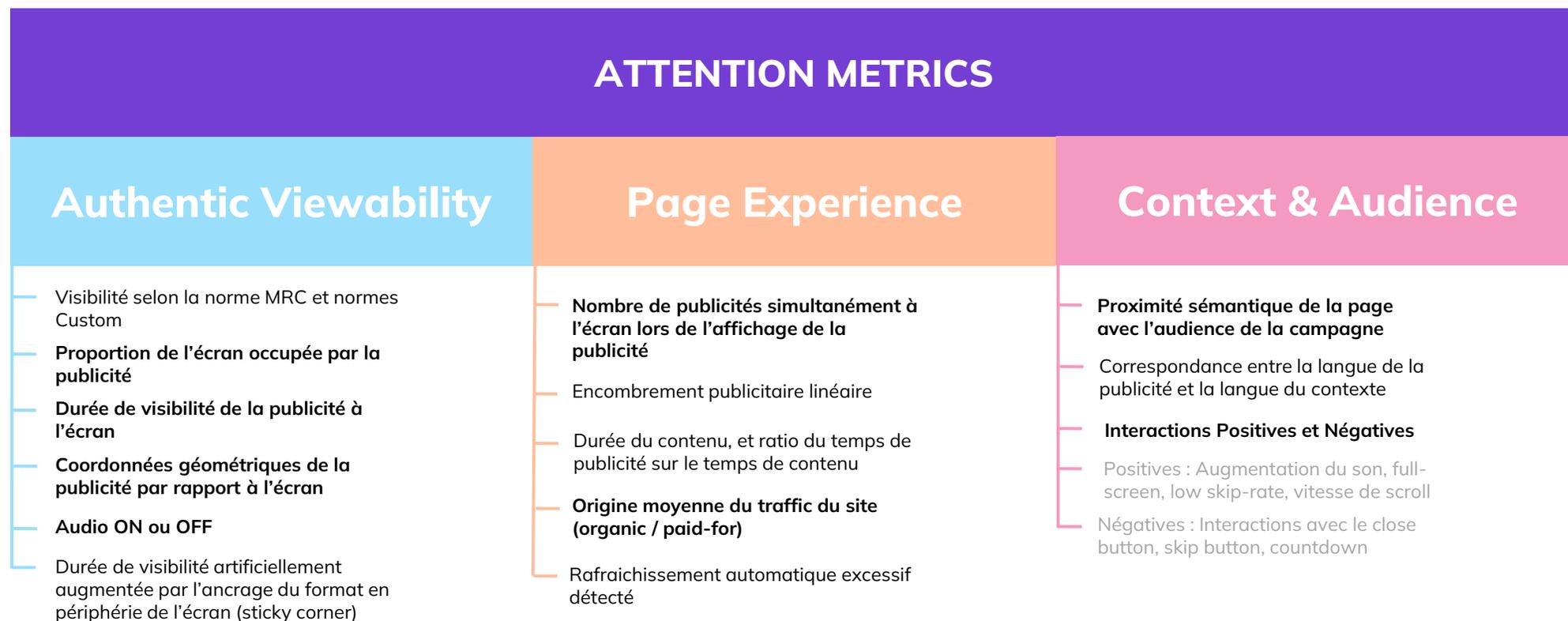
Page Experience

Context & Audience



# ATTENTION METRICS

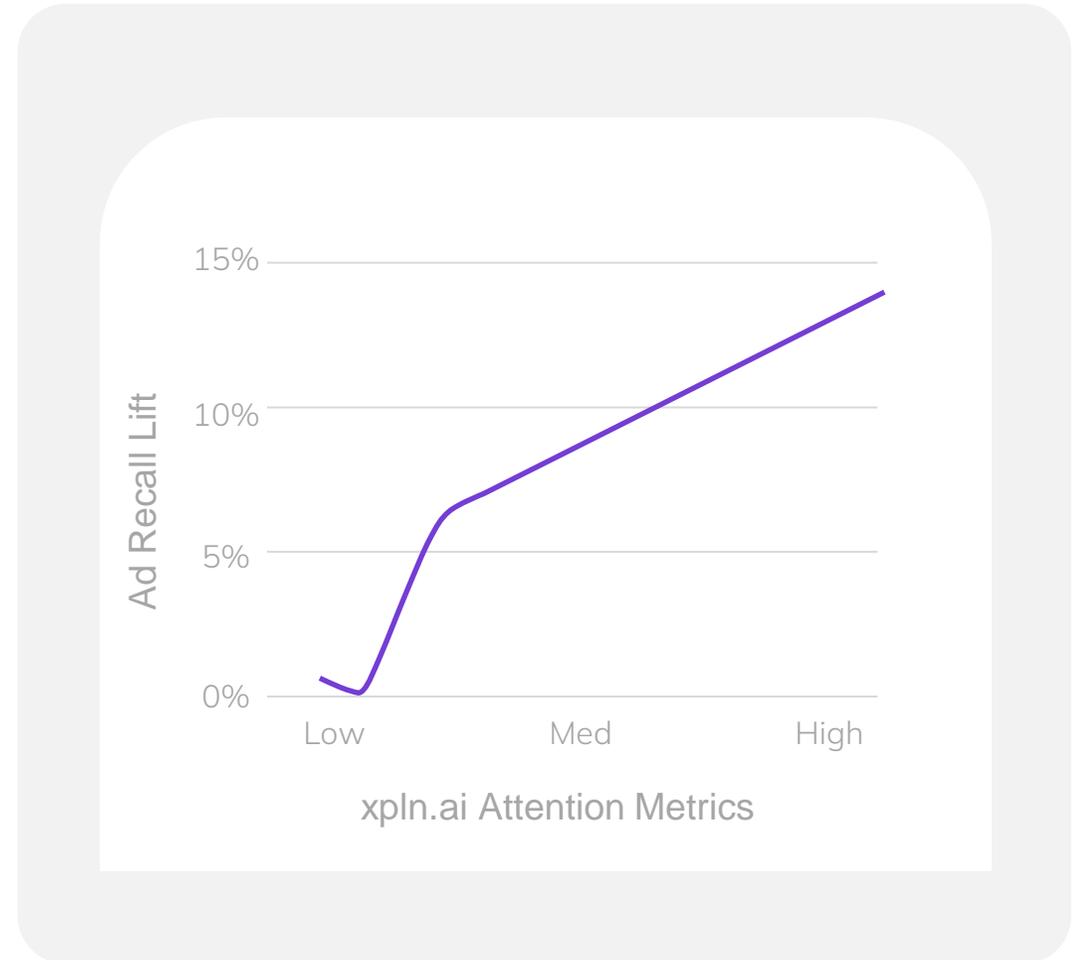
DÉFINITION : MESURE DÉTERMINISTE DE LA QUALITÉ DES IMPRESSIONS PUBLICITAIRES



**TRÈS FORTES CORRÉLATIONS**

**ENTRE ATTENTION**

**ET EFFICACITÉ**



# CASE STUDY #1: DIRECT ASSURANCE

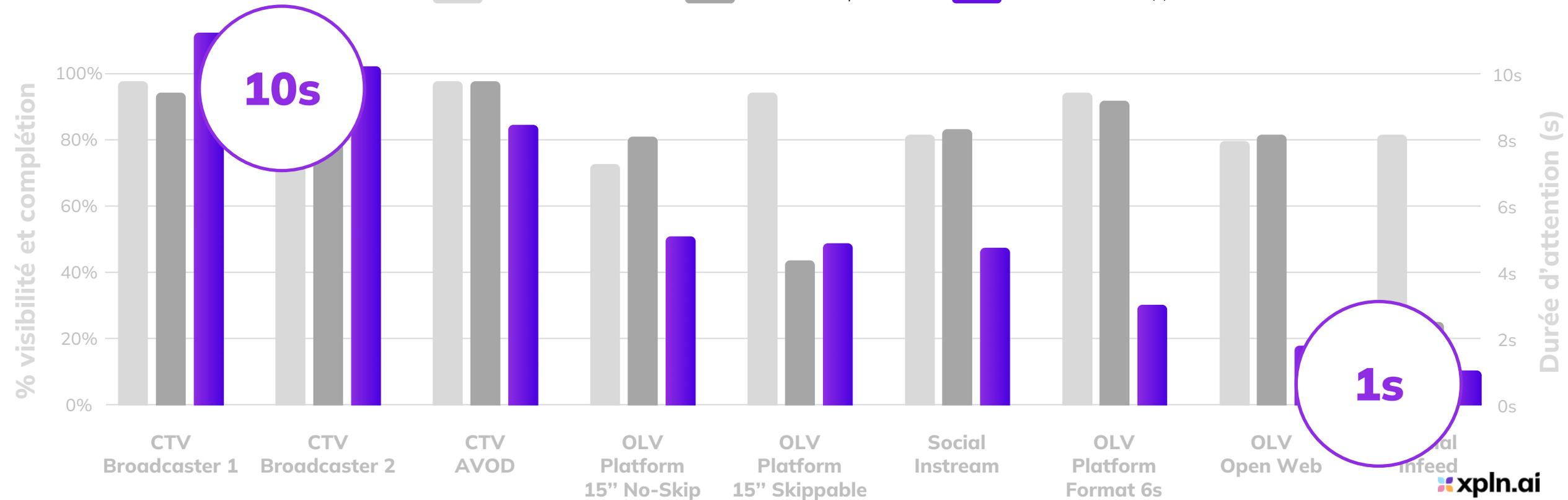


Pour DIRECT ASSURANCE, nous avons mesuré des écarts considérables entre les acteurs d'un même plan, quand la visibilité et la complétion les positionnaient dans un mouchoir de poche. **Être visible ne signifie pas être vu.**

## Visibilité, Complétion et Attention

Moyenne du temps passé sur site

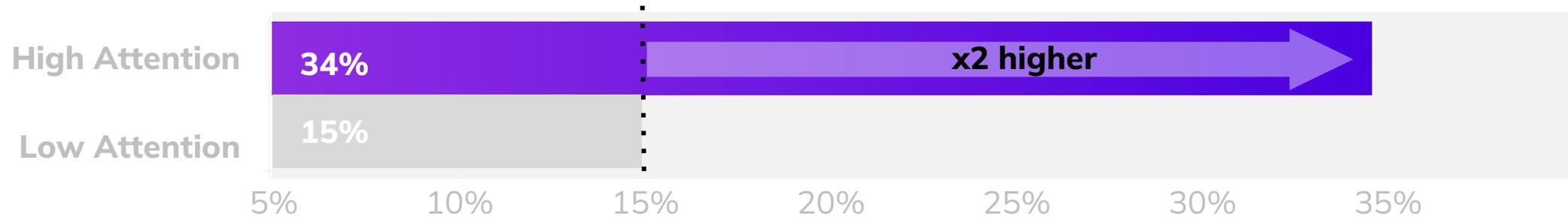
Taux de Visibilité    Taux de Complétion    Durée d'attention (s)



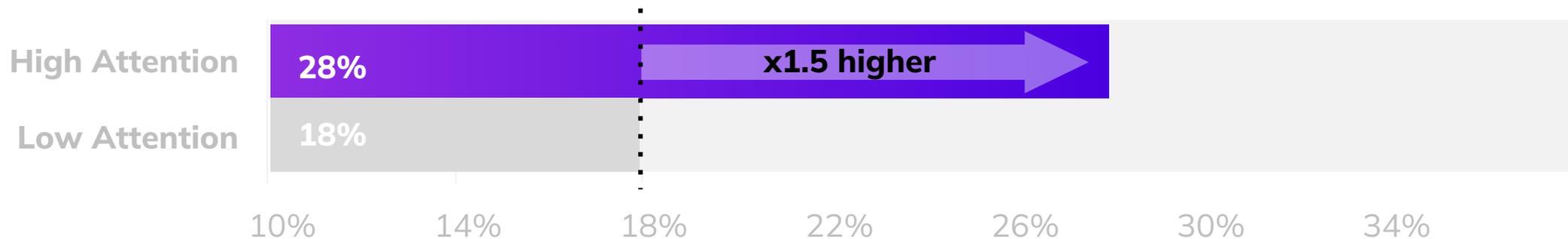
# CASE STUDY #2 : SUPER U

Pour une marque challenger de l'univers du Retail alimentaire, nos recherches ont démontré une très forte corrélation entre l'Attention et les items de marques : mémorisation publicitaire et considération. **AdRecall est 2x supérieur sur les populations exposées à une durée d'attention élevée. La considération est 50% supérieure sur les populations exposées à une durée d'attention élevée.**

## Mémorisation



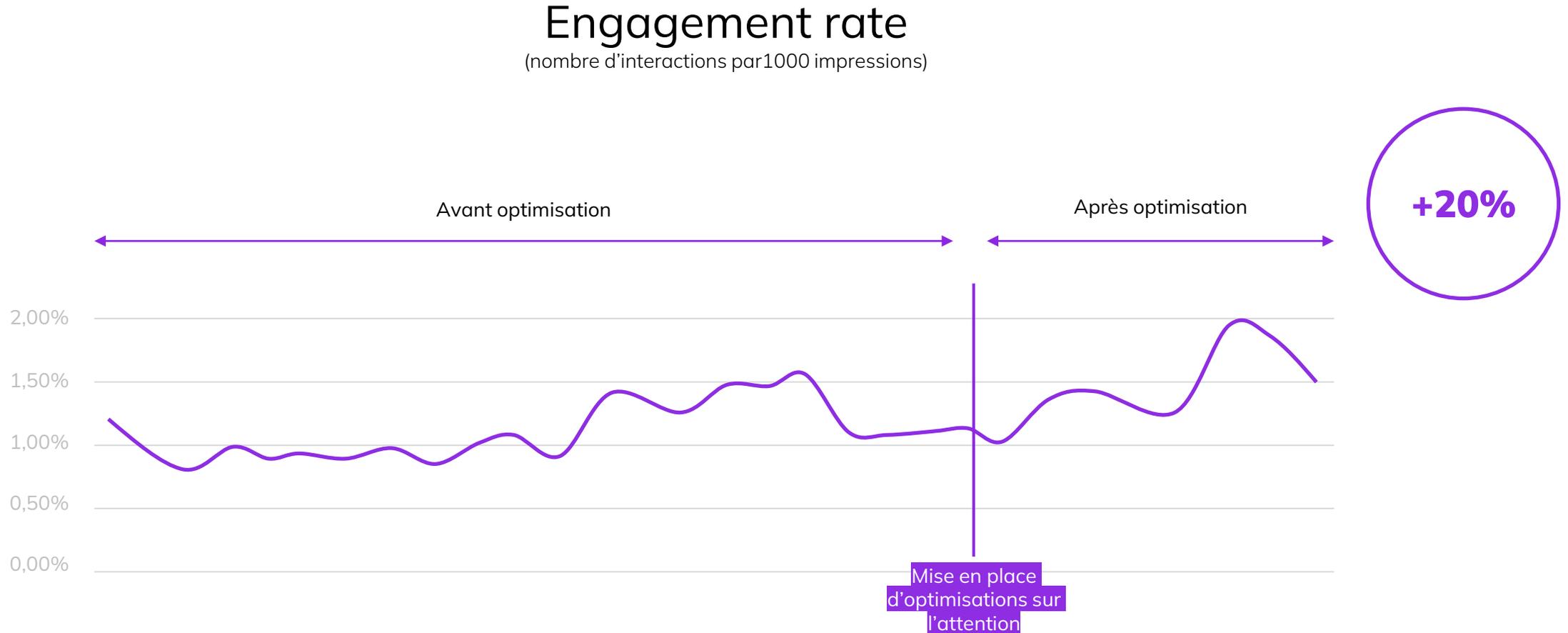
## Considération





# CASE STUDY #3 : PEUGEOT 3008

Pour Peugeot, l'optimisation en cours de campagne sur le critère de l'attention a conduit à une **nette augmentation de 20% des engagements** mesurés sur les créas.



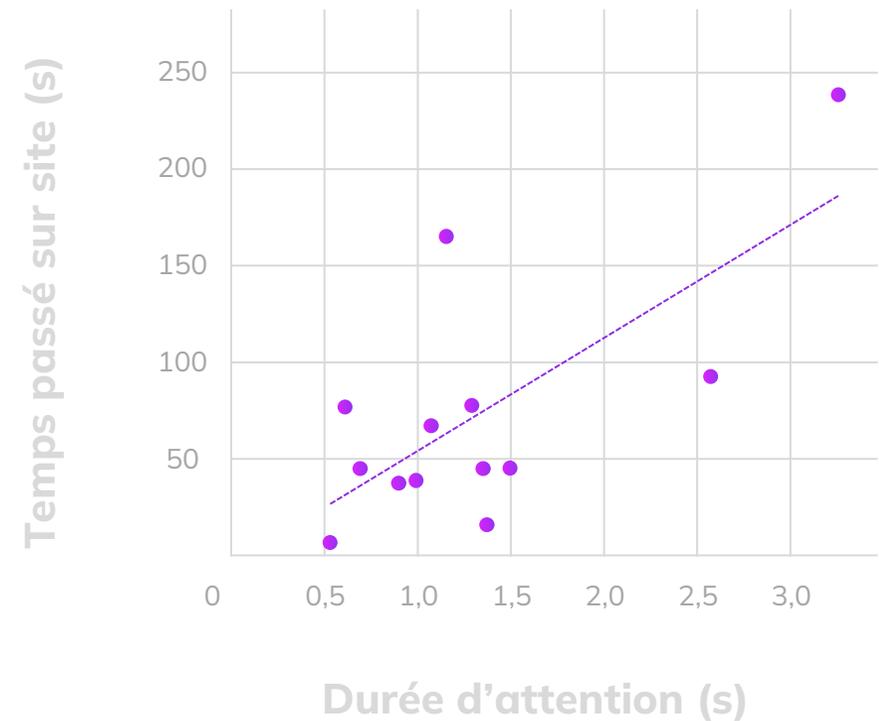
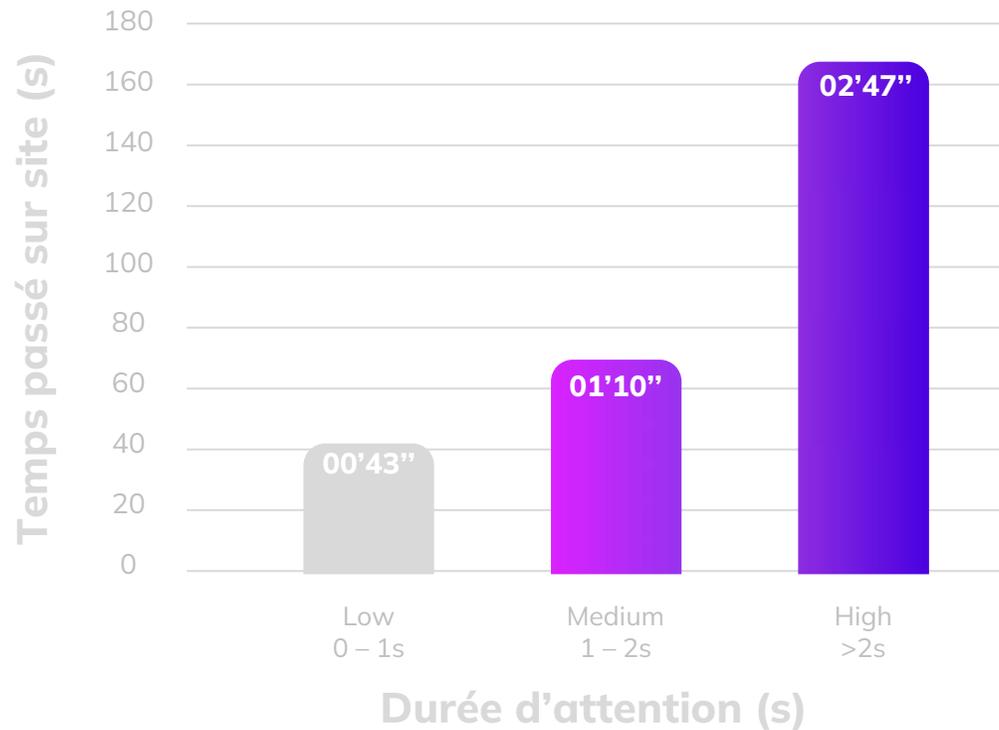
# CASE STUDY #4 : GROUPAMA



Pour GROUPAMA, nous avons mesuré une forte corrélation entre la durée d'attention et la qualité de la visite générée sur le site de l'annonceur (données on-site Adobe rapprochées des données xpln.ai d'attention). **Le temps passé sur site est supérieur à 1 minute lorsque la durée d'attention est supérieure à 1 seconde.**

## Temps passé sur site

Moyenne du temps passé sur site



**3**

**SOLUTIONS XPLN.AI**

# SOLUTIONS XPLN.AI

MESURER ET PASSER A L'ACTION

1



## Mesurer l'attention

xpln.ai évalue des dizaines de signaux pour quantifier la qualité et l'efficacité du média

2

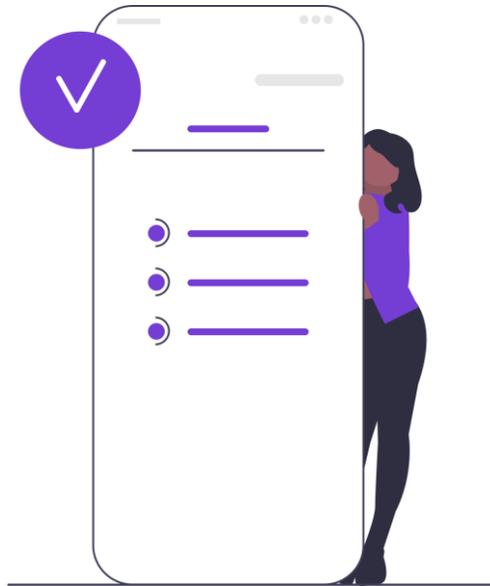


## Optimiser l'attention

Achetez uniquement les impressions qui apportent réellement de la valeur

# SOLUTIONS XPLN.AI : DÉMARRER

PASSER À L'ACTION



- Offre de lancement : 3 campagnes
  - CPM 0.12€ Display et 0.20€ Vidéo
  - Jusqu'à 3 post-test inclus
  - Min. Facturation 1500€ / campagne

## Comment démarrer ?

# ILS FONT ATTENTION À L'ATTENTION

NOS CLIENTS



RICHEMONT

IWC  
SCHAFFHAUSEN

sanofi





**FABIEN MAGALON**

Co-fondateur & CEO

fabien.magalon@xpln.ai



**THIBAULT SAVARY**

Co-fondateur

thibault.savary@xpln.ai