

Retail story

JOUÉCLUB OPTIMISE SA STRATÉGIE DIGITALE AVEC BONIAL POUR RENFORCER SON ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE TOUTE L'ANNÉE

[CONSULTER
LE CAS CLIENT](#)

JouéClub, spécialiste français du jouet depuis 1952, renforce sa stratégie digitale avec Bonial en valorisant ses offres tout au long de l'année. Avec 300 magasins en France, l'enseigne expérimente de nouveaux contenus et formats pour renforcer sa visibilité en local. Zoom sur une collaboration efficace.

Depuis 2022, JouéClub s'appuie sur la plateforme media Bonial pour renforcer la visibilité de ses offres sur le digital. L'enseigne adopte une approche digitale complète, combinant des formats innovants, un ciblage précis et des contenus engageants. Une stratégie clé pour assurer une présence continue à l'esprit des clients, bien au-delà de la période de Noël.

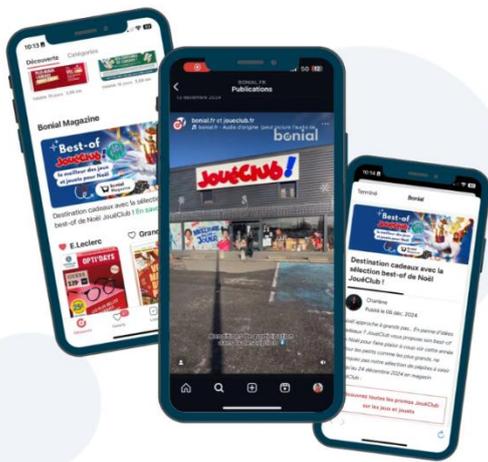
Tour d'horizon des leviers activés avec Bonial :

Catalogues dynamiques

Au-delà du traditionnel catalogue PDF, JouéClub met en avant ses offres avec un format 100% digital et immersif : le catalogue dynamique.

Ce support innovant plonge l'utilisateur dans l'univers de l'enseigne grâce à des catégories d'offres, des fiches produits liées au magasin le plus proche, ainsi que des vidéos et contenus enrichis. Conçu sans nécessité de PDF préalable, ce format flexible permet à JouéClub de communiquer efficacement sur ses offres tout au long de l'année.

« Nous avons mis en place le catalogue dynamique qui nous permet vraiment de communiquer en fil rouge de façon engageante auprès de nos consommateurs avec de la vidéo et de la thématisation. » Annaïg Jermelus, Responsable Marketing Digital & E-commerce



Formats et contenus digital-first

Pour garantir une visibilité continue de ses offres, JouéClub explore de nouveaux territoires d'expression avec Bonial, tels que des stories sur les réseaux sociaux, des vidéos crosspost ou encore des articles sponsorisés. Ces formats permettent de multiplier les points de contact avec les consommateurs et de maintenir un lien constant avec eux.

Bonial dispose d'une équipe éditoriale pour concevoir des contenus créatifs visant à atteindre une audience élargie, tout en garantissant une communication cohérente et engageante.

Audience intentionniste

JouéClub diffuse ses offres auprès de l'audience Bonial, première audience de France en préparation d'achat. L'enseigne peut ainsi toucher plusieurs millions d'utilisateurs de manière géolocalisée. Des formats tels que les push notifications et les superbanners maximisent la visibilité des promotions auprès de cette audience qualifiée.

« La complémentarité entre le catalogue papier et l'application digitale nous permet donc d'avoir plusieurs points de contacts et de rester présents dans la tête de nos clients. De plus, Bonial représente la première audience intentionniste et nous permet donc de toucher une audience plus large. » Anne GINESTET, Chargée d'Acquisition Digitale

L'extension d'audience

Avec la donnée first party de Bonial et les données issues des campagnes réalisées sur Bonial Media, JouéClub optimise la portée et l'efficacité de ses campagnes sur Meta et Google.

Les offres les plus performantes sont ainsi mises en avant sur les grands carrefours d'audience auprès d'une audience similaire.

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 7 69 20 93 87



Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter [notre site internet](#).

117 quai de Valmy, 75010 Paris - France
Bonial is an Axel Springer SE Company