



lejournaldelamaison.fr héberge la Maison Conforama sur un Content Hub inspirationnel, évolutif et shoppable, dans une campagne signée iProspect

Les Français sont plus que jamais aux petits soins pour leur maison*. Pour accroître la désirabilité de Conforama et activer l'achat, l'agence créative de Reworld MediaConnect et iProspect, l'agence média nouvelle génération du groupe dentsu, imaginent un dispositif digital et social, qui allie Branding, Conseil et Shopping.

**Les Français ont dépensé près de 5000€ en moyenne pour aménager leur intérieur en 1 an de crise, source Cofidis*

Une Maison Conforama conçue comme un funnel de conversion

Dans [ce Content Hub](#), lejournaldelamaison.fr ouvre aux lecteurs les portes de la Maison Conforama, les invite à la parcourir et à se l'approprier. Chaque article du Hub est dédié à une pièce : la Maison s'agrandit au fil des semaines et des temps forts de l'enseigne. Après le Salon et la Cuisine, la Chambre sera l'objet de toutes les attentions déco pendant un mois, à partir du 23 juin. Les contenus déployés embarquent le lecteur dans un funnel de conversion on-line : de l'Inspiration puis du Conseil, jusqu'au E-Shopping.

DIGITAL – Désirabilité, conseil et e-shopping

Le longform s'ouvre par un visuel d'inspiration qui permet de se projeter dans la pièce. L'article déploie les conseils clés pour choisir le mobilier adapté à chaque type d'espace.

Un format Audio « La voix Confo » donne la parole à un Chef de Rayon qui partage son expertise et prodigue ses conseils.

L'expérience shopping est proposée au travers du visuel, intégralement shoppable : les hotspots sur les différents éléments du décor envoient vers l'eshop de Conforama.

Un dispositif display contextualisé, digital et social, drive les audiences des marques Féminines et Déco vers la Maison Conforama.

SOCIAL – Inspiration et achat d'impulsion

Les marques Maison de Reworld Media activent leurs communautés respectives sur Instagram et facebook avec des stories dédiées et conçues pour générer l'achat d'impulsion, tout au long de l'opération.



À propos de la campagne Conforama

Cette campagne est le reflet de la nouvelle approche du groupe dentsu, à travers iProspect, qui allie le développement et la construction de marque et d'image à travers une posture post-publicitaire, où le sens précède l'audience, grâce à une qualité de contenus engageants et performants.

A propos de Conforama :

Akteur majeur dans son secteur, Conforama est le multispécialiste de l'équipement, de l'aménagement et de la décoration de la maison. Démocratiser de tendances, Conforama propose, à travers son réseau de 173 magasins en France (dont 3 franchisés en France métropolitaine et 8 en outre-mer) et son site Web www.conforama.fr, une large sélection de produits au meilleur prix pour équiper entièrement sa maison : du mobilier à la décoration en passant par l'électroménager et l'électroloisir.

A propos de dentsu france :

dentsu international est l'un des principaux groupes de communication mondiaux. Dirigé par Wendy Clark, Global CEO, il compte plus de 66 000 collaborateurs dans 143 pays.

dentsu est spécialiste de l'ensemble des métiers de la communication. : conseil média et stratégies de communication intégrée, performance marketing, création de contenus, expérience consommateur, martech, data management et événementiel.

dentsu revendique un esprit de collaboration radicale grâce à la diversité de ses talents et l'éventail de ses expertises. Chez dentsu, le savoir-être s'allie au savoir-faire vers un unique objectif : répondre aussi bien aux besoins des consommateurs que des marques à travers les valeurs de responsabilité, de simplicité et de transparence.

En France, dentsu est une structure agile composée de 5 agences : Carat, dentsu X, gyro, iProspect et Isobar, et d'expertises transverses comme dentsu data labs et dentsu trading.

Le groupe, qui compte 1000 collaborateurs, est présidé par Pierre Calmard.

www.dentsu.com | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [Linked In](#) | [Instagram](#)

A propos de Reworld MediaConnect

Reworld MediaConnect est la régie publicitaire du groupe Reworld Media, leader français des médias thématiques (1er éditeur de presse thématique*, 4ème groupe média thématique dans le digital**). Reworld MediaConnect commercialise ainsi les 48 marques media du groupe, hébergées sous 8 univers thématiques que sont : Auto – sport ; Santé – bien être – cuisine ; Femmes ; Maison – nature ; Entertainment ; Sciences – culture ; Business. Les publications du groupe Reworld Media adressent 32 millions*** de Français par mois, soit 6 Français sur 10. L'offre éditoriale digitale du groupe permet de toucher 26 millions** de visiteurs uniques. Au-delà des media, Reworld MediaConnect s'appuie sur les expertises de marketing services du groupe telles que l'insight, la production de contenus, l'advocacy, l'évènementiel et la performance avec Tradedoubler. Ainsi, le déploiement de marques media print sur le digital, la complémentarité du contenu et de la technologie, le mix du media et du hors-media, la synergie du branding et de la performance sont autant d'atouts qui permettent à Reworld MediaConnect de répondre à toutes les problématiques de marques, d'apporter de nouvelles solutions, de garantir le succès des actions de communication à l'efficacité mesurée et aux coûts maîtrisés.

* Diffusion moyenne par parution, OJD 2020

** Médiamétrie – Avril 2021 *** One Next 2021 V2

Pour plus d'informations, <https://www.linkedin.com/company/reworld-mediaconnect>

Contact media : PCE - Ségolène de St Martin – 33 (0)6 16 40 90 73 - sdestmartin@p-c-e.fr