

Communiqué de presse – Paris, 21 septembre 2021

MyRetailink by Fnac Darty, la première solution intégrée de partage de données omnicanales, pour des activations média plus efficaces



La régie publicitaire Retailink by Fnac Darty officialise le lancement de la plateforme **MyRetailink**: première solution unifiée, utilisable de manière autonome, de partage de données omnicanales et d'activation media digital.

Alors que **7 marques sur 10 attendent la plateformes des services de retail media** (Source : enquête Retailink de 2020), **MyRetailink** propose deux modules de services distincts et complémentaires au sein d'une interface unique :

- **Insights**, la solution de partage de données : pour le pilotage et l'analyse dynamique de données de vente, de stock, de distribution et de profiling client, dédiée aux fournisseurs. Elle offre une vue exhaustive sur leurs activités et sur les tendances de leur catégorie pour favoriser le pilotage du business et la prise de décision.
- **Activation**, la solution d'activation média : pour le ciblage, la programmation et la mesure de campagnes digitales sur les sites e-commerce fnac.com, darty.com ainsi que partout sur le web, destinée à toutes les marques qui souhaitent conquérir de nouveaux clients.

La complémentarité de ces deux modules a pour objectif de fluidifier la chaîne de valeur du retail media et ainsi améliorer l'expérience client proposée par les marques. Grâce à **MyRetailink**, les partenaires du groupe pourront servir le bon message, au bon moment et au bon client, règle d'or d'une démarche publicitaire réussie.

Destinée aux partenaires captifs, aux annonceurs hors captifs et à leur agence média, **MyRetailink** by Fnac Darty permettra de soutenir le développement et l'optimisation des opérations retail media, en leur mettant à disposition une plateforme end-to-end en self-service.

Créer un cercle vertueux entre insights, activation publicitaire et mesure pour optimiser l'expérience client et évaluer la rentabilité de ses actions

En tant que leader européen de la distribution omnicanale de produits électroniques, électroménagers et culturels, Fnac Darty dispose d'une connaissance fine de ses 36 millions de clients, soit 1 Français sur 2, qui alimentent en permanence le Lac de données unifié du Groupe. Les utilisateurs de **MyRetailink** peuvent ainsi accéder à une donnée extrêmement riche et détaillée, qui recouvre non seulement la donnée clients (profiling, navigationnelle et transactionnelle), mais également la donnée business.

Pour développer une plateforme innovante et optimiser l'expérience utilisateur, Retailink a sélectionné des partenaires de renom, au savoir-faire reconnu dans le secteur tels que Converteo, Mediarithmics, Criteo ou encore Xandr.

Dans le contexte de montée en puissance du retail comme nouveau média stratégique, la plateforme MyRetailink by Fnac Darty répond ainsi aux attentes :

- Des marques qui souhaitent mieux maîtriser leurs stratégies marketing
- Des clients qui demandent des expériences plus individualisées et plus cohérentes avec l'évolution de leurs besoins.

« Retailink met ses solutions d'activation digitales et la connaissance client très granulaire du groupe Fnac Darty au service de toutes les marques. La consolidation de nos outils d'activation, de traitement et d'analyse de nos données au sein d'une plateforme unique va permettre aux marques de tous secteurs de proposer une meilleure expérience à nos clients sur les écosystèmes Fnac Darty ainsi que sur les principaux carrefours d'audience du Web », déclare Alexandra Suire, Directrice de Retailink by Fnac Darty.

Une plateforme tout en un pour faciliter l'analyse et l'activation de la donnée

« Pour répondre aux attentes de nos clients, nous avons constitué une équipe projet réunissant les experts Data et Media du groupe Fnac Darty afin de développer une plateforme ergonomique complète. Collecter de la donnée ne suffit pas, il faut pouvoir la lire et en extraire les enseignements pour opérer des choix qui impacteront l'expérience de nos clients. Cette plateforme s'adresse à tous, du responsable commercial au trader media. Un fournisseur peut, par exemple, très facilement repérer une perte de vitesse sur ses ventes, un risque de rupture de stock avant de mettre en route une campagne. Un trader peut identifier ses cibles en naviguant facilement parmi plus de 200 segments d'audience préconstruits en amont de ses activations, optimiser ses achats en temps réel et en mesurer l'impact omnicanal », souligne Alexandra Suire.

Confidentialité et sécurité, pierres angulaires de la plateforme MyRetailink by Fnac Darty

Fnac.com et darty.com sont des sites labélisés Digital Ad Trust Display Classique par l'ensemble des tiers certificateurs de l'interprofession, ce qui garantit aux marques la qualité de ces environnements et le respect des données personnelles.

Afin de préserver la qualité de l'expérience client, les campagnes font l'objet d'un monitoring des équipes de la régie avant diffusion.

« La satisfaction de nos clients, consommateurs ou professionnels restent au cœur de nos priorités. Cela passe par la préservation de la qualité de nos sites dans l'intérêt de tous. Rendue accessible en toute autonomie, cette plateforme peut également être accompagnée de nos équipes, activement vigilantes sur les opérations publicitaires. Elles feront preuve de disponibilité et de réactivité pour soutenir les marques en particulier dans leurs activations », conclut Alexandra Suire.

Plus d'informations sur www.retailink.fr/my-retailink

À propos de Retailink by Fnac Darty

Retailink est la régie publicitaire omnicanale 100% intégrée au groupe Fnac Darty.

Sa mission : innover continuellement pour rapprocher les marques tous secteurs de leurs communautés et les aider à atteindre leurs objectifs de notoriété, d'engagement ou de vente. Alliant la précision du RETAIL à la puissance du MEDIA, elle s'appuie sur de fortes audiences en ligne avec 26,7M de VU dédoublés sur ses sites web, et à travers ses 741 magasins. Grâce à une connaissance granulaire de ses 36M de contacts CRM uniques dont 8M d'encartés Fnac et Darty, Retailink offre aux marques des solutions personnalisées d'activation digitale et offline.

A propos de Fnac Darty

Présent dans douze pays, Fnac Darty est un leader européen de la distribution de biens culturels, de loisirs, de produits techniques et d'électroménager. Le groupe, qui compte 25 000 collaborateurs, dispose à fin 2020 d'un réseau multi-format de 908 magasins, dont 741 en France, et se positionne comme le 3^{ème} acteur e-commerce en termes d'audience en France (44 millions de visites cumulées sur les sites du Groupe en moyenne chaque mois avec ses deux sites marchands, fnac.com et darty.com). Acteur omni-canal de référence, Fnac Darty a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 7 491M€.

Contacts Presse :

Alexandra Redin // 06 66 26 05 18 // alexandra.redin@fnacdarty.com

Julien Vermessen // 06 16 24 81 95 // julien.v@marie-antoinette.fr