

SENSIOGREY PRESENTE SA NOUVELLE OFFRE « STORIES ».

SensioGrey annonce la création d'une nouvelle Business Unit mêlant création, contenus, data et média.

Cette unité a pour ambition de proposer des idées créatives fortes, de les déployer sur l'ensemble des points de contact, et de stopper le scroll des cibles grâce à l'individualisation des contenus, des formats et des messages.

Créer plus de proximité entre les consommateurs et les marques, au service d'objectifs de croissance.

Des Marques « As A Service », qui parlent moins d'elles que du consommateur ; qui jouent un vrai rôle dans la vie des gens ; et surtout, qui veulent passer du culte de l'image à l'obsession de la *lovable brand experience*.

Dans ce cadre, nous envisageons la création aussi comme un service, un point de rencontre entre la marque et ses audiences, grâce à un storytelling individualisé dont le premier écran est le mobile.

Avec un point de force : la data. De la détection d'insights grâce au profiling social et à l'étude des comportements digitaux, en passant par la modélisation des parcours des clusters d'audience, le ciblage émotionnel ou l'optimisation en temps réel des campagnes, la data structure notre réflexion créative et se met au service de l'efficacité de l'exécution.

Cette business unit est pilotée par Marie-Hélène Mioche, DGA. Elle est opérée par une équipe horizontale, mélangeant les disciplines : conception, création, production, data, média... autour d'une direction de clientèle unifiée par client. Elle s'appuie également sur les ressources apportées par WPP.

SENSIOGREY

STORIES

A propos de SensioGrey

Brand As A Service

Les consommateurs ont changé. Ils attendent des marques qu'elles réinventent leur proposition de valeur. Ils ne les jugent plus sur leurs produits mais sur leur attitude.
SensioGrey (re)connecte la marque avec ses utilisateurs en la pensant comme un service qui répond à de vrais besoins.

SensioGrey est une agence digitale atypique née du rapprochement en 2017 de Sensio, expert digital et mobile et de Grey (WPP). Elle porte la convergence entre création, tech, data & média pour aider les marques à être utiles tout au long du parcours consommateur.

SensioGrey accompagne plus de 80 annonceurs tels que PSA, Kiabi, FDJ, MUMM, Essity, Optic 2000, Axa, Futuroscope, Nexity, Médiamétrie, GRDF, Bescherelle, Sodebo, Buy Paris Duty Free ... Avec une offre ouverte et intégrée : Design & Digital solutions, Data/Media, Stories.

Fondée par Grégory Pascal et dirigée par Lucas Denjean, SensioGrey est élue Agence Digitale de l'Année 2017, figure dans le classement Les Champions de la croissance Les Echos/Statista, et dans les 1000 Fastest Growing Companies du Financial Times.

Contacts Agence :

Clotilde Ravin - Directrice du Développement SensioGrey - clotilde.ravin@sensiogrey.com
01 86 65 74 09

Heloise Guillet - Attachée de presse – heloise@be-rp.fr – 01 44 26 37 27 / 07 62 58 36 06
