



COMPRENDRE LE LIVE :

impact réel et facteurs
clés de succès

Retour sur **5 ans d'expérience live** et l'analyse de
plus de 1 800 lives.

Présenté par
Gautier Dudault

Head of performance chez Caast

L'ÉVOLUTION DU RETAIL DEPUIS 10 ANS

2 CONSTATS

✓ EVOLUTION **QUANTITATIVE**

Toujours + de touchpoints
(TikTok, pop up stores...)

✓ EVOLUTION **QUALITATIVE**

Touchpoints hybrides
commerce & media

Depuis 2020,
le LIVE s'inscrit dans cette évolution.

L'ÉVOLUTION DU LIVE DANS 10 ANS : 2 CONVICTIONS

- ✓ **Un canal de vente DÉDIÉ**
avec des équipes spécialisées
- ✓ **Un canal de vente CONTINU**
Les marques seront live 10h/jour

Mais en 2026,
nous n'en sommes pas encore là...

LA RÉALITÉ

ce n'est **pas (que)** du SELL OUT

BRANDING

SELL OUT

BOOSTER

LA COMPLEXITÉ

ce n'est **pas (que)** un event de 30 minutes



TEASER

LIVE

REPLAY

L'AMBITION

ce n'est **pas (que)** un contenu

cOntEnU

eontenu

contenu

c0nt3n5

CONTENU

contenu

contenu

- **QUELLES** AUDIENCES PEUT ON ESPÉRER ?
- **QUEL** ENGAGEMENT ?
- **COMMENT** ?



L'ÉQUATION DE L'AUDIENCE

ACTIVATIONS



CONTENU

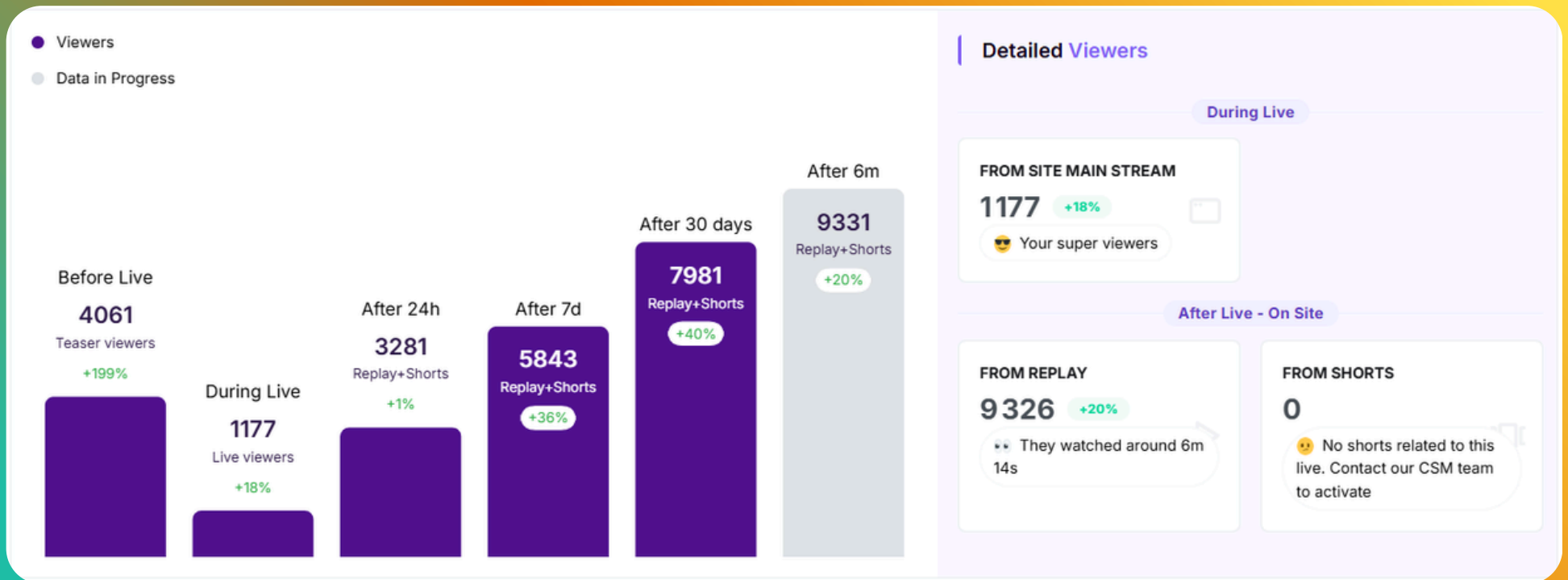


RÉCURRENCE

POTENTIEL D'AUDIENCE

	LIVE	CAMPAGNE
BEST	3 000+	25 000+
MOYENNE OBSERVÉE	1524	10 184
GOOD	500	5 000

L'AUDIENCE **DOUBLE** DE PHASE EN PHASE



L'ÉQUATION DE L'ENGAGEMENT

ANIMATIONS



CONTENU



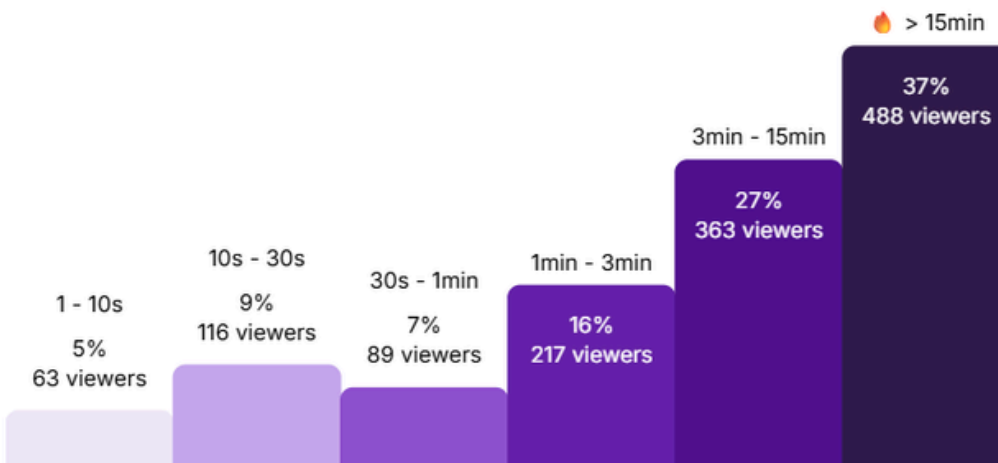
COHÉRENCE

LES NIVEAUX D'ENGAGEMENT

	TAUX D'ENGAGEMENT	TEMPS PASSÉ (AWT)
BEST	50%	15m+
MOYENNE OBSERVÉE	42%	8m43s
GOOD	30%	6m

PLUS DE 50% DES VIEWERS REGARDENT 3MIN+

In addition to many interactions, you've got **64% of Super Viewers** (851 viewers) that watched your live for **3 min** +7%



Highlights of live's duration

LIVE DURATION

1h 3m 50s

+106%

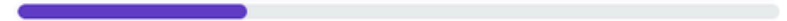
AVERAGE WATCHING TIME

19m 19s

+17%

COMPLETION RATE

30%



EN MOYENNE :
4,5* & 80% D'AVIS 5*



During Live

Ambiance très sympathique avec un concept intéressant :)



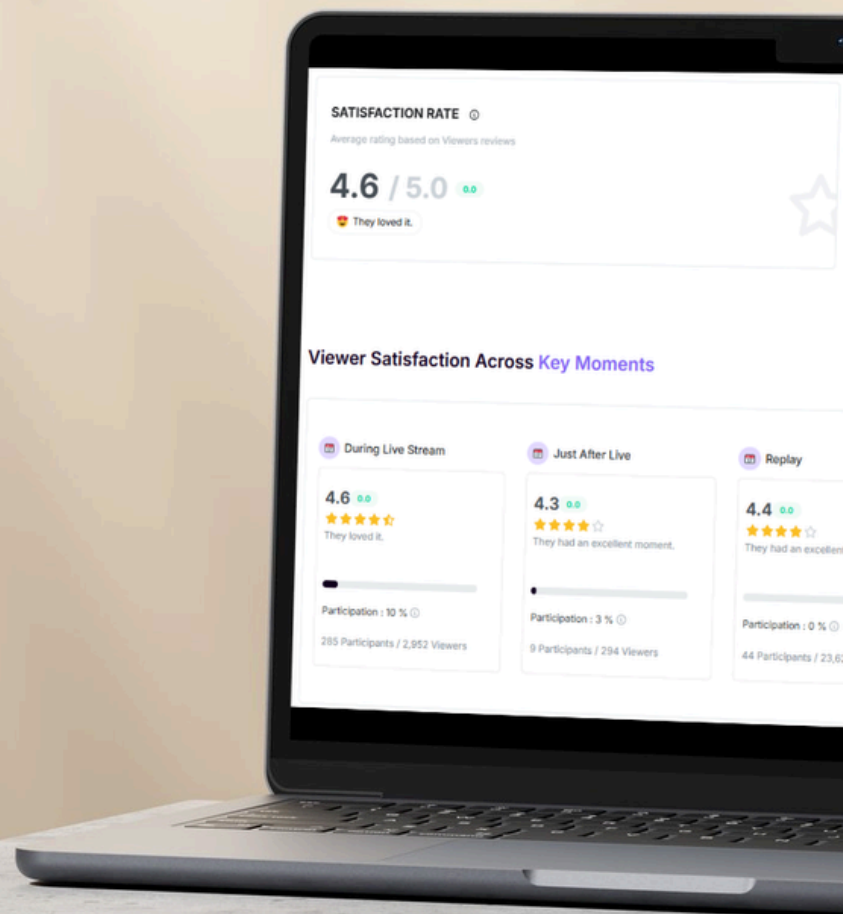
Replay

très sympa :demos, animateurs et cadeaux



During Live

Super de voir les vêtements portés par des "grandes tailles "



ENGAGEMENT D'AUJOURD'HUI



AUDIENCE DE DEMAIN



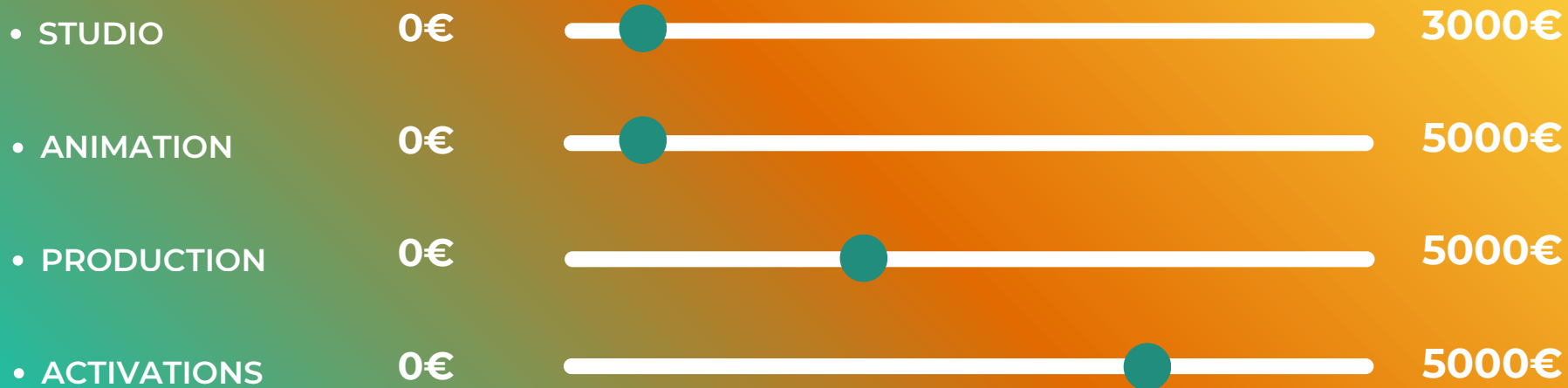
COMBIEN ÇA COÛTE ?

COMBIEN ÇA RAPPORTE ?

QUEL ROI ESPÉRER ?



LE CURSEUR COÛTS





LA MESURE DES **GAINS**



CA Produits du live [**pendant le live**]



Attribution CA post view [**full campagne**]



Nombre de codes promo utilisés [**validité code**]





UN LIVE EST RENTABILISÉ EN MOYENNE EN
2 SEMAINES

Fast Track : **financer les coûts en retail media**

LES 5 PILIERS D'UNE STRATÉGIE LIVE RÉUSSIE

Alignement
coûts VS
objectifs

Cohérence avec
la stratégie de
marque

Obsession du
contenu

Récurrence

Logique de
campagne

Q & A

On a le temps pour **2 à 3 questions**, à vous de jouer. 🎤