



MAXIMISEZ
VOS ACHATS
MÉDIA



Bureau canadien du marketing et de l'évaluation de l'affichage

Maximisez la performance de vos campagnes

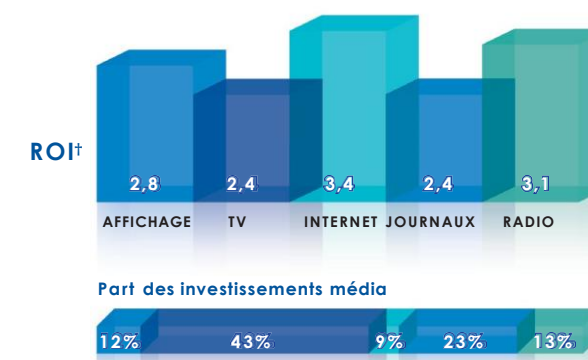
BrandScience, firme de consultants marketing et efficacité affaires, a analysé plus de 600 études économétriques provenant de Grande-Bretagne, Allemagne, Australie, Finlande, Danemark, Norvège et Suède. L'objectif était de vérifier l'impact des médias sur les ventes, tant individuellement qu'en mix média (retour sur l'investissement/Return On Investment-ROI). Plusieurs catégories ont été analysées, ils ont pu ainsi tirer quelques conclusions des plus intéressantes.

les constats généraux

- L'affichage génère un ROI élevé, au-dessus de la moyenne des médias analysés.
 - Pour l'ensemble des catégories analysées, l'affichage se classe toujours parmi les trois premiers médias.
- Malgré des budgets moindres, l'affichage performe mieux que les autres médias analysés.
- Lorsque combiné à d'autres médias, l'affichage fait augmenter de façon substantielle la performance des autres médias.
- Contrairement aux autres médias, le taux de l'affichage augmente avec le temps.

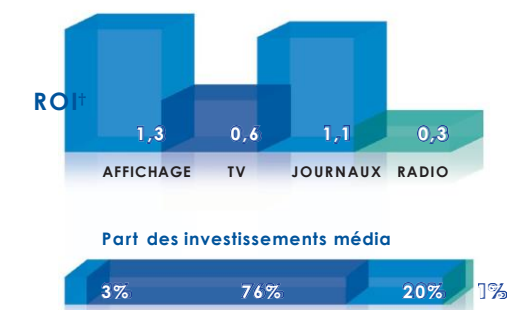
RÉSULTATS PAR CATÉGORIE

Tous produits (sauf services)



L'affichage génère un ROI plus élevé que la télévision avec seulement le quart du budget télévision.

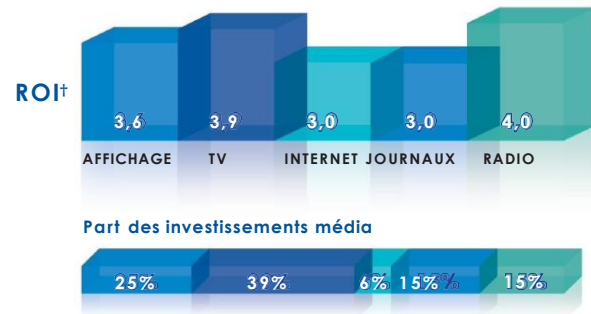
Santé et beauté



L'affichage est le 2^e média le plus performant doublant la télévision avec un budget minime.

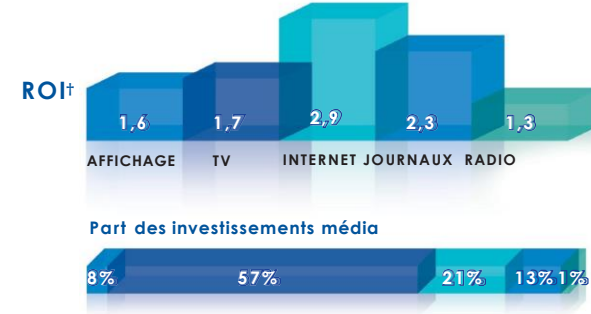
† Revenus de ventes progressifs générés pour chaque dollar de coût média.

Voyages



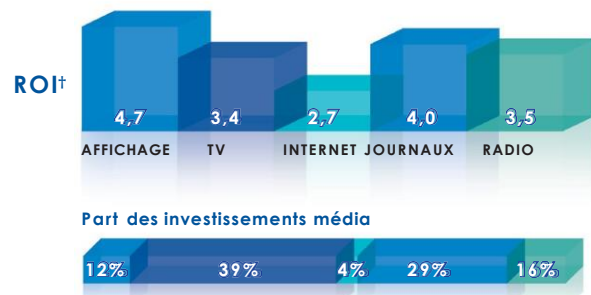
L'affichage performe au niveau de la télévision avec moins de budget.

Services financiers



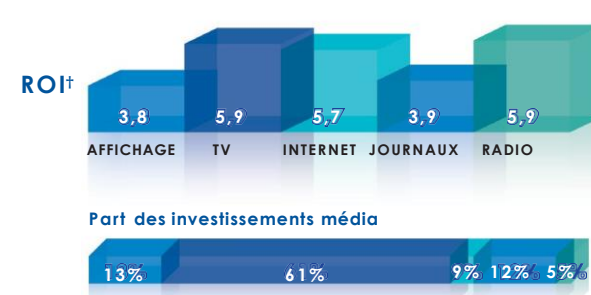
L'affichage performe au niveau de la télévision avec une fraction du budget.

Télécommunications



L'affichage est le média le plus performant.

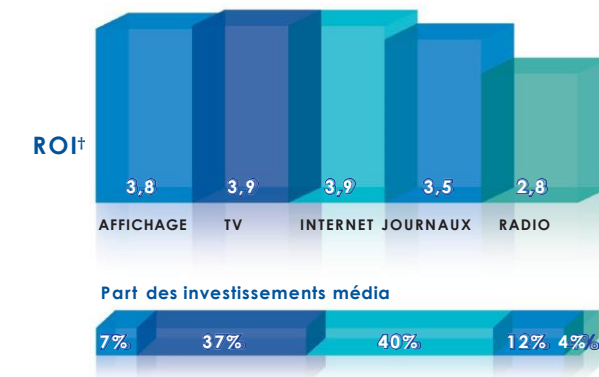
Loisirs*



Avec 1/5 du budget télévision, l'affichage génère 2/3 du ROI télévision.

*Inclus : publicités DVD/vidéo/CD/jeux de hasard/ restaurants et parcs thématiques

Commerces de détail



Avec un tout petit budget, l'affichage est au niveau des médias les plus performants.

SOMMAIRE

1. La recherche confirme l'efficacité d'utiliser plusieurs médias (mix média) afin de créer des points de contact qui rejoignent les consommateurs aux bons moments de la journée et sur le chemin des achats.
2. Le retour sur l'investissement de l'affichage augmente avec le temps contrairement aux autres médias qui demeurent stables.
 - Ceci est dû à l'érosion de l'auditoire, ainsi qu'à la fragmentation de certains médias comme la télévision et internet. La technologie a aussi eu un impact positif pour l'affichage avec le développement des réseaux numériques et des possibilités interactives qui peuvent engager les consommateurs actifs qui passent plus de la moitié de leur temps à l'extérieur du foyer.
3. Malgré des budgets de publicité inférieurs, l'affichage démontre qu'il performe mieux que les autres médias et lorsque combiné aux autres médias, la performance globale augmente.

† Revenus de ventes progressifs générés pour chaque dollar de coût média.

Pour de plus amples informations sur la recherche BrandScience, contactez le COMMB:

Rosanne Caron
Présidente
rcaron@commb.ca
416.968.3823 x108

www.commb.ca



Bureau canadien du marketing et de l'évaluation de l'affichage