

L'affichage

# MAXIMISEZ VOS ACHATS MÉDIA

# Maximisez la performance de vos campagnes

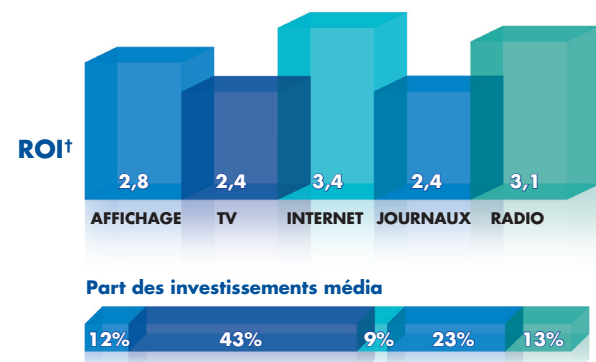
BrandScience, firme de consultants marketing et efficacité affaires, a analysé plus de 600 études économétriques provenant de Grande-Bretagne, Allemagne, Australie, Finlande, Danemark, Norvège et Suède. L'objectif était de vérifier l'impact des médias sur les ventes, tant individuellement qu'en mix média (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.

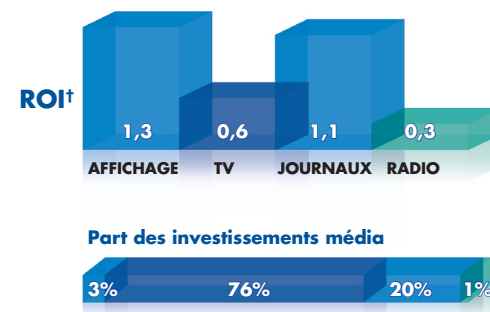
## RÉSULTATS PAR CATÉGORIE

### Tous produits (sauf services)



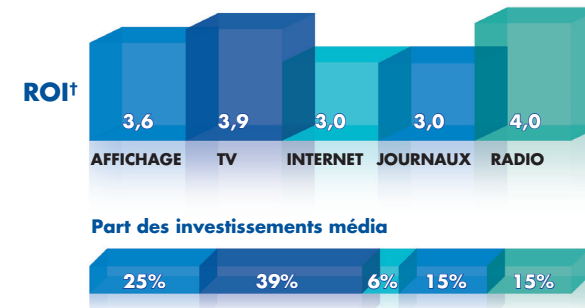
L'affichage génère un ROI plus élevé que la télévision avec seulement le quart du budget télévision.

### Santé et beauté



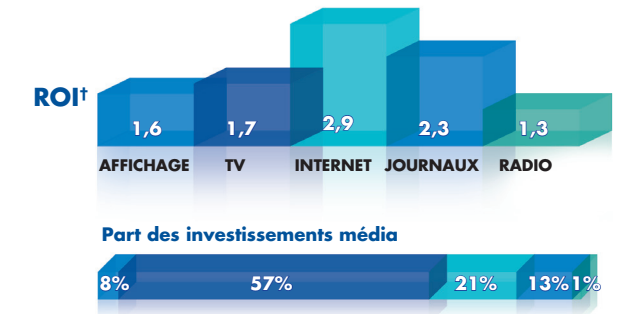
L'affichage est le 2<sup>e</sup> média le plus performant doublant la télévision avec un budget minime.

### Voyages



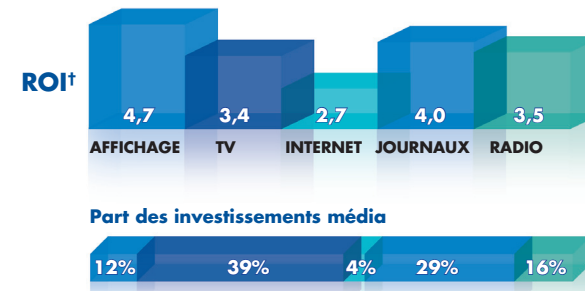
L'affichage performe au niveau de la télévision avec moins de budget.

### Services financiers



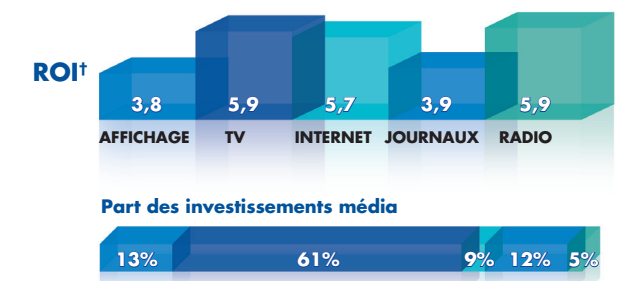
L'affichage performe au niveau de la télévision avec une fraction du budget.

### Télécommunications



L'affichage est le média le plus performant.

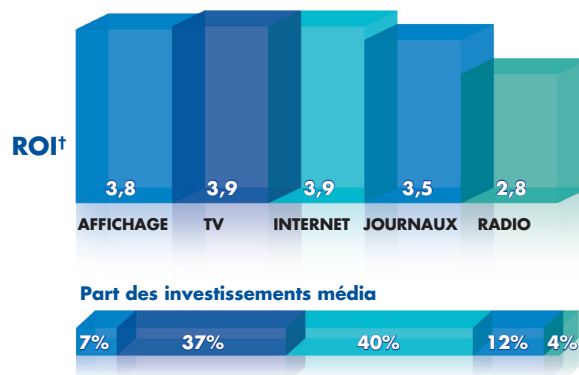
### Loisirs\*



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 AMCA :

Rosanne Caron  
Présidente  
rcaron@omaccanada.ca  
416.968.3435 x108

Luc Granger  
Directeur marketing et communications  
lgranger@amcacanada.ca  
514.219.1127

[www.amcacanada.ca](http://www.amcacanada.ca)

