

Testez votre
publicité !

Résultats après une
semaine déjà

Test publicitaire rapide intervista

Test publicitaire au lieu d'intuition

Les campagnes publicitaires sont coûteuses en temps et en argent. Il est donc important d'utiliser les moyens à disposition le plus efficacement possible. La recherche empirique permet de mettre en évidence les potentiels d'optimisation – avant qu'un budget publicitaire important

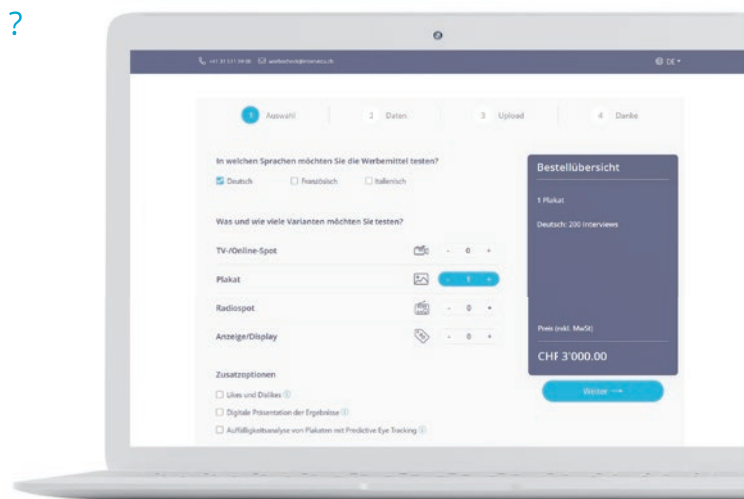
ne soit dépensé et avant que la campagne soit finalisée. Mais souvent le temps manque pour une recherche sur mesure, surtout quand les mesures publicitaires devraient débiter le plus rapidement possible et que les créneaux médiatiques sont déjà réservés.

La solution à cette problématique réside dans la combinaison de trois aspects : **Automatisation, standardisation et l'utilisation de nouvelles technologies.** Le test publicitaire rapide d'intervista fait ces liens et fournit des résultats après seulement une semaine et ceci à un prix attractif.

Comment fonctionne le test publicitaire rapide ?

Vous pouvez facilement commander le test publicitaire rapide via notre plateforme de commande en ligne. Choisissez de manière flexible le type et le nombre de supports publicitaires et utilisez la fonction de téléchargement pratique.

Les supports publicitaires sont testés dans le cadre d'un sondage en ligne représentatif dans le panel en ligne intervista. Contrairement aux prétests publicitaires ad hoc, que nous réalisons comme études sur mesure pour nos clients, nous utilisons un procédé standardisé pour le test publicitaire rapide. Une semaine seulement après la commande et la livraison du matériel publicitaire, vous recevez les résultats - y compris avec des points de référence.



Commandez le test publicitaire rapide facilement ici : <https://werbecheck.intervista.ch/>

Design de l'étude

Le test publicitaire rapide est une enquête en ligne réalisée dans le panel en ligne d'intervista. Celui-ci, de grande qualité, comprend 100'000 participants actifs dans toute la Suisse. Avec une demande séquentielle randomisée, il est possible de tester jusqu'à cinq supports par test publicitaire rapide. Lors du test d'un support publicitaire dans une langue 200 personnes sont interrogées. La taille de l'échantillon est augmentée de 100 personnes par langue supplémentaire. Les données collectées sont pondérées et analysées de manière représentative pour la Suisse selon l'âge, le sexe et la région linguistique.

Souhaitez-vous savoir plus sur le panel en ligne d'intervista ? Visitez notre site web : www.intervista.ch/fr/panels-en-ligne-pour-les-etudes-de-marche

Résultats

Les résultats sont résumés dans un rapport compact sur quatre à cinq slides par support publicitaire. Le rapport comprend une vue d'ensemble des résultats avec une comparaison directe avec l'indice de référence ainsi que des comparaisons de groupes par âge, sexe et langue. Des indices relatifs aux KPI émotion, compréhension et comportement montrent clairement où se situe le potentiel d'optimisation.

Lors du test publicitaire rapide les aspects suivants sont examinés :

- > Plaire
- > Sympathie
- > Confiance
- > Émotionnellement attrayant
- > Clarté
- > Contenu informatif
- > Originalité
- > Brand Fit
- > Adresse personnelle
- > Intérêt suscité
- > Intention d'achat ou d'utilisation suscitée

En dépit de la standardisation, le test publicitaire rapide reste flexible :

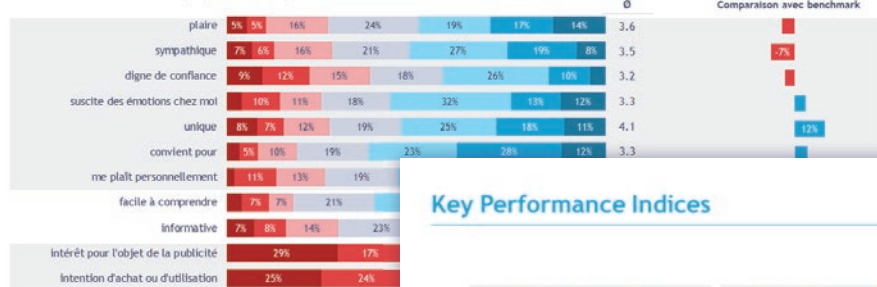
- > Choix du type et du nombre de supports publicitaires
- > Choix des langues (D/F/I)

Vous pouvez choisir des options attractives :

- > Questions ouvertes pour les likes et dislikes
- > Analyses des particularités d'affiches avec suivi oculaire prédictif (predictive eye tracking)
- > Présentation en ligne des résultats

Evaluation supports publicitaires

Question : Comment évaluez-vous cette publicité de manière générale ? Dans quelle mesure les affirmations suivantes sont-elles vraies à propos de cette publicité ?



Comparison avec benchmark

La publicité suscite bien les émotions. On trouve du potentiel d'optimisation pour la compréhensibilité et le manque d'intention d'achat provoqué.

Key Performance Indices



Ce support de publicité suscite une intention d'achat ou d'utilisation moins grande comparé à d'autres supports. Ici il y a un besoin d'optimisation.

Votre personne de contact
Julia Krämer
Tel. +41 31 511 39 26
julia.kraemer@intervista.ch
www.intervista.ch

intervista AG
Optingenstrasse 5
3013 Bern

intervista AG
Badenerstrasse 696
8048 Zürich