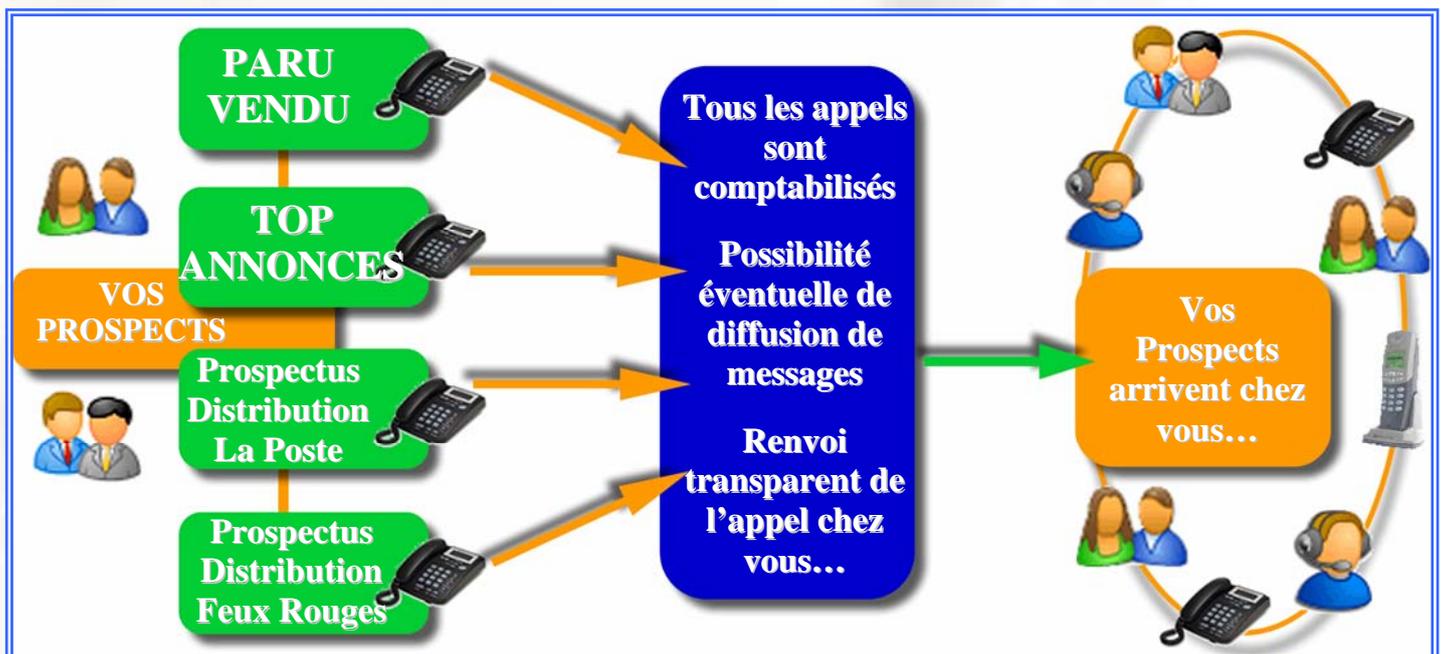


- Vous avez un budget publicitaire multi supports ?
- Vous avez des doutes sur l'efficacité d'un support ?
- Vous voulez mieux cibler vos messages publicitaires ?
- Petites annonces, publicités, prospectus, spots radio, affichages 4x3, distribution directe, distribution en boîte à lettres, le choix des supports devient vite une jungle pour vous ?

**Nous avons une solution pour vous,
aussi simple que peu coûteuse.
Pas d'installation de matériel chez vous,
mise en place en quelques jours...**

La Mesure d'Audience Publicitaire



Il s'agit d'une solution permettant d'attribuer un numéro de téléphone différent à chaque publicité, annonce ou support utilisés

- En cas de non réponse ou d'occupation, vous êtes avertis par mail en temps réel.
- Retour sur investissement publicitaire enfin mesuré précisément.
- Mesure de la qualité ou de la fluctuation des distributions.
- Test de nouveaux supports facile et rapide.
- Gagner plus de clients avec le même budget devient facile...

Ainsi Soit TEL...

1. Mesure et comparaison d'audience de vos supports publicitaires

Lorsqu'une campagne d'affichage génère un certain nombre d'appels téléphoniques, la statistique issue du nombre d'appels générés par la campagne est non significative. En effet, selon l'affiche et le type de produit dont on fait la promotion, le nombre d'appels téléphoniques générés est variable. Par contre, la statistique comparative s'avère tout à fait pertinente. Si une campagne publicitaire sur un réseau d'affichage génère un nombre d'appels plus grand qu'une autre, il est fort probable que le réseau en question soit mieux exposé. La statistique comparative est pertinente sur tous les types de supports publicitaires.

2. Mesure de temps, de quantité et de distribution

Nombreux sont nos clients qui se servent de la Mesure d'Audience Publicitaire pour contrôler le démarrage et la durée de certaines campagnes publicitaires : distribution de prospectus, routage d'un mailing, affichage, coefficient de reprise en main d'un magazine, campagne radio ou télévision, publicité sur Internet.

3. Ce que vos futurs clients veulent entendre ou lire

Au sein d'un même support, vous pourrez tester différents messages, textes ou visuels. La M.A.P. déterminera avec précision quel est le plus pertinent pour vos clients. Elle vous aidera à obtenir la meilleure pertinence possible.

4. Publicité par petite annonce presse ou Internet, le comptage de contact

Vous utilisez parfois les petites annonces pour vos promotions publicitaires ? Le service M.A.P. sera pour vous d'une indéfectible et redoutable efficacité, en comptant le nombre de contacts que génèrent votre ou vos annonces. Au delà de pouvoir comparer les supports de vos petites annonces, il vous permettra également de mesurer la pertinence de vos textes au sein d'un même support ! Bref, grâce à la M.A.P. vous aurez la meilleure annonce publiée sur le meilleur support.

5. Lutter contre votre ennemi publicitaire : la notoriété du support.

Lorsqu'un support publicitaire a une forte notoriété, le retour que vous percevez de vos clients est souvent faussé. Lorsque vous utilisez deux journaux d'annonces publicitaires, un client vous citera celui qui a la plus forte notoriété, et pas forcément celui dans lequel il a lu votre annonce. Il n'est pas rare qu'un client déclare avoir vu votre publicité dans un support que vous n'utilisez pas. Lorsqu'on interroge les clients sur le support publicitaire, ils répondent souvent par notoriété.

6. Etre sûr et certain de ne rater aucun retour publicitaire.

Nous serons tous d'accord sur le fait que la publicité est un investissement qui revient cher. Il est donc aussi important de mesurer les retours publicitaires que de mesurer l'efficacité de la gestion de ces retours. En cas de contact non abouti, sur non réponse ou simplement si toutes vos lignes sont occupées, le MAP vous envoie un e-mail en temps réel, afin de vous avertir. Ce mail comprend le numéro de téléphone de votre prospect, le nom du support publicitaire, la date, l'heure ainsi que le numéro de téléphone qui n'a pas pris l'appel. Rappeler rapidement votre prospect devient un jeu d'enfant. L'efficacité atteint les 100%.



*La Mesure d'Audience Publicitaire
C'est ne plus communiquer les yeux cachés.
C'est comme avoir une boule de cristal...*



N'hésitez pas à nous contacter pour tous renseignements complémentaires