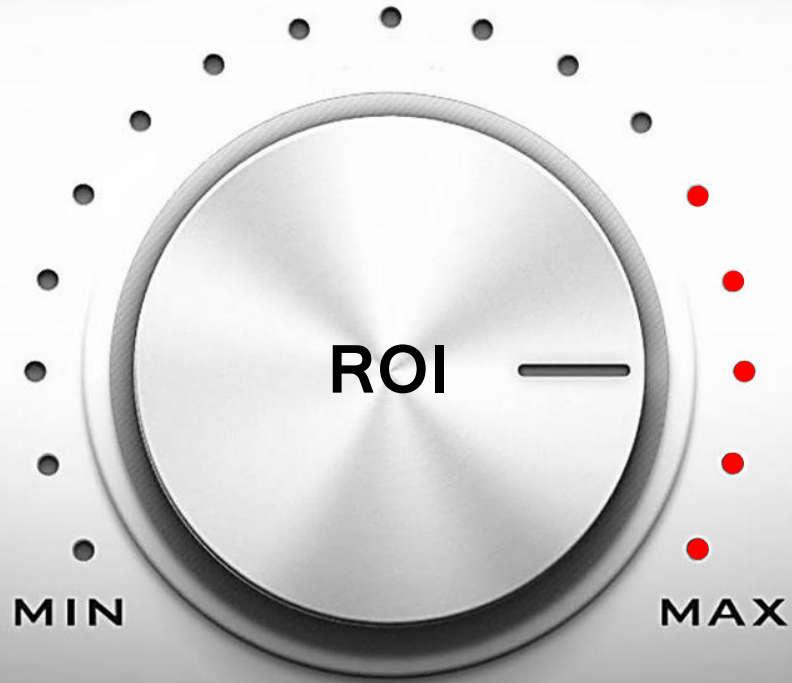


RCI ET INTENTION D'ACHAT



SOMMAIRE - RCI

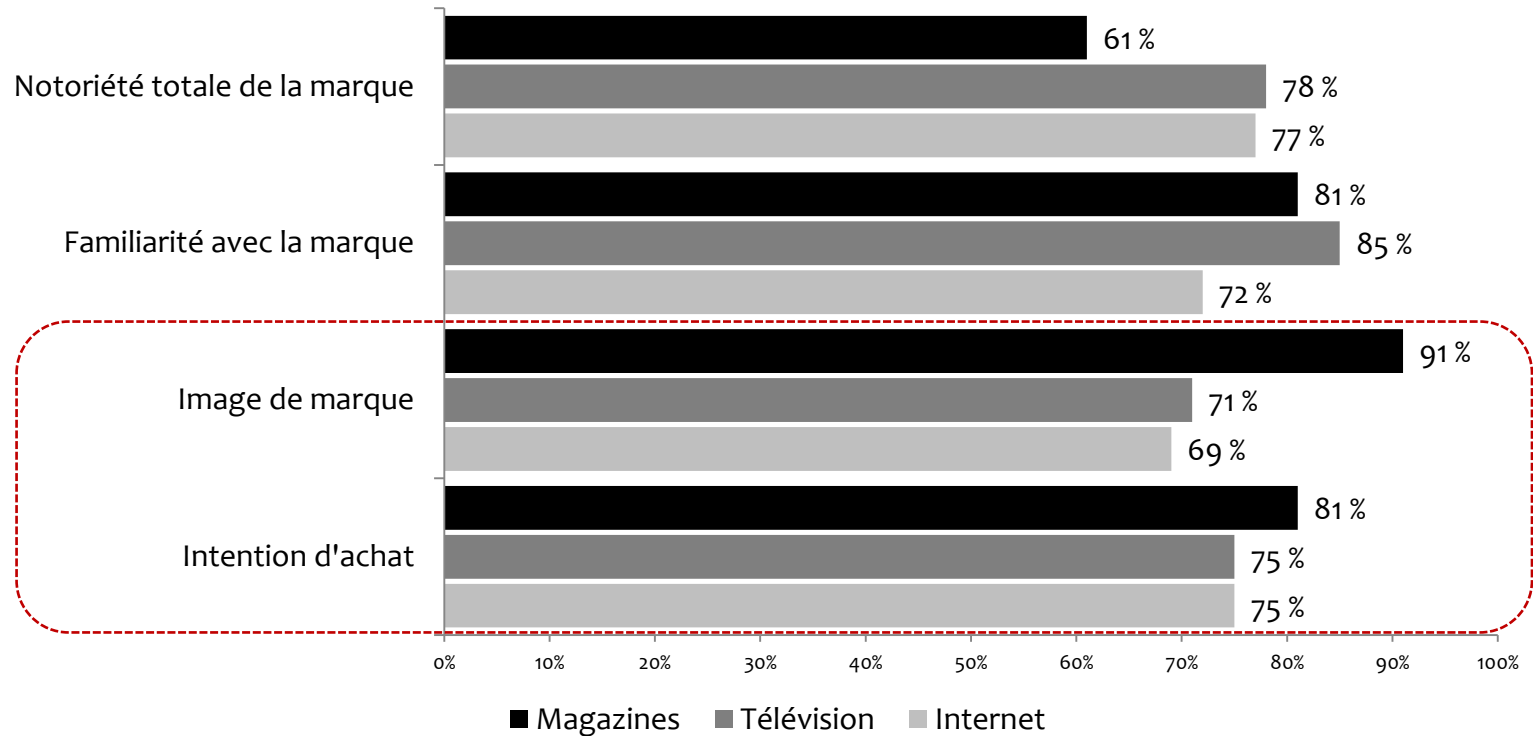
Les annonces de magazines imprimés suscitent l'intention d'achat et la stimulation des ventes :

- Les annonces-magazine suscitent des réactions dans l'ensemble de la démarche d'achat, particulièrement au chapitre de « l'image de marque » et de « l'intention d'achat ». Les résultats de 74 études combinées sur la démarche d'achat nous indiquent que les magazines l'emportent là où c'est le plus important : la production de l'image de marque et l'intention d'achat.
- Les analyses du RCI indiquent que 1 \$ dépensé produit une moyenne de 7,81 \$ d'augmentation des ventes après les 12 premiers mois.
- En fait, l'ajout des magazines à un plan médias stimule l'efficacité de la télé. Lorsque les magazines faisaient partie du mix-médias, les résultats de la campagne télé ont augmenté dans l'ensemble de la démarche d'achat.

La publicité-magazine augmente directement les résultats des ventes, avec un RCI solide

LES ANNONCES-MAGAZINE SONT EFFICACES DANS L'ENSEMBLE DE LA DÉMARCHE D'ACHAT

74 études combinées



LA PUBLICITÉ DANS LES MAGAZINES AUGMENTE DIRECTEMENT LES VENTES

Les annonceurs obtiennent une augmentation des ventes, récoltant un rendement moyen de 7,81 \$ au cours des 12 premiers mois pour chaque 1 \$ investi dans des annonces-magazine.

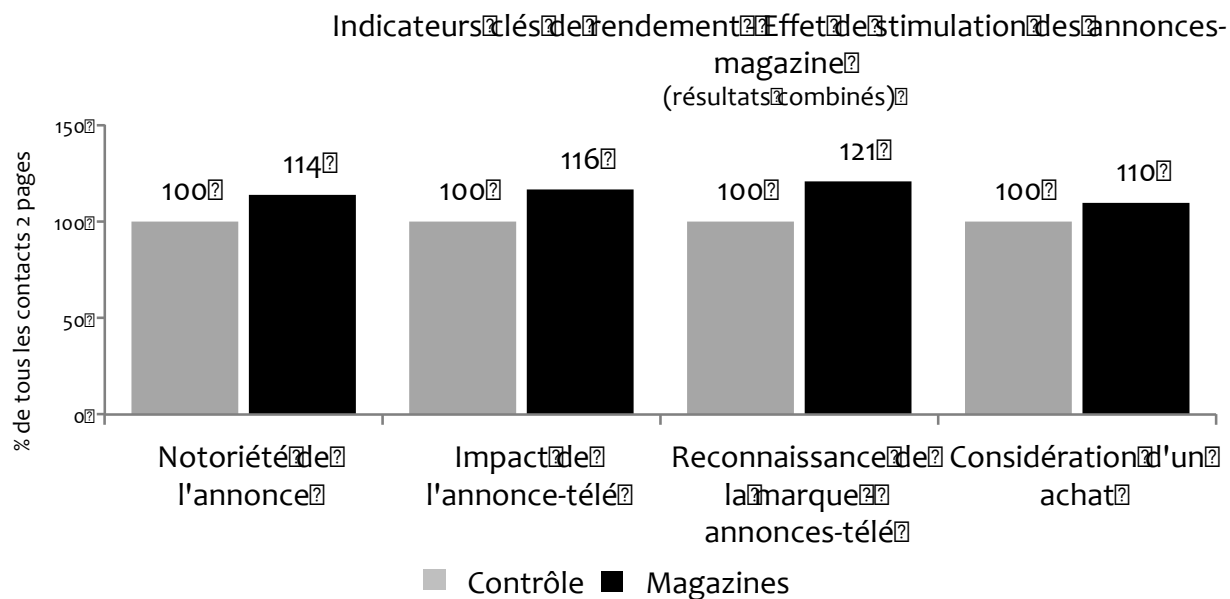
1 \$ investi

7,81 \$ en retour



LES ANNONCES-MAGAZINE AIDENT LES AUTRES MÉDIAS À ÊTRE PLUS EFFICACES

La recherche sur l'impact des publicités-télé conclut que les répondants qui ont également vu des annonces-magazine pour le même produit ont produit des résultats de loin supérieurs à ceux du groupe de contrôle (répondants qui ont vu les annonces-télé, mais non les annonces-magazine).



PLUS D'INFO?

Cliquez içi

magazinescanada.ca

adinfo@magazinescanada.ca