

1 LA PRESSE, UN MÉDIA EFFICACE

ACPM  @ACPMFrance

 Tweet



La presse booste les KPI's de la marque sur l'ensemble des secteurs

SECTEUR MODE, ACCESSOIRES, HORLOGERIE, JOAILLERIE

ATTENTION
PORTÉE
AUX CAMPAGNES

IMPACT



AGRÈMENT



INDICATEURS
BRAND
EFFECT

NOTORIÉTÉ



NOTORIÉTÉ
+19 PTS

VALEUR



DIFFÉRENCIATION
+11 PTS

INNOVATION
+13 PTS

LIEN



PROXIMITÉ
+12 PTS

ENGA-
GEMENT



INTENTION
D'ACHAT
+17 PTS

SECTEUR BANCASSURANCE

ATTENTION
PORTÉE
AUX CAMPAGNES

IMPACT



AGRÈMENT



INDICATEURS
BRAND
EFFECT

NOTORIÉTÉ



NOTORIÉTÉ
+20 PTS

VALEUR



QUALITÉ
+18 PTS

INNOVATION
+17 PTS

LIEN



CONFIANCE
+14 PTS

ENGAGEMENT



INTENTION
DE
SOUSCRIPTION
+12 PTS

Source : posts-tests MEDIA.Figaro / 218 campagnes testées / 4 500 panelistes / moyenne de gains exposés vs non-exposés

#DLPlapreuve