

22 LA PRESSE, L'ATTENTION MAXIMALE

ACPM  @ACPMFrance

 Tweet

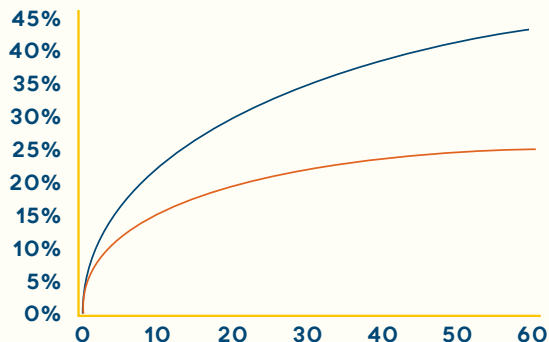


La publicité sur les sites de presse attire plus l'attention

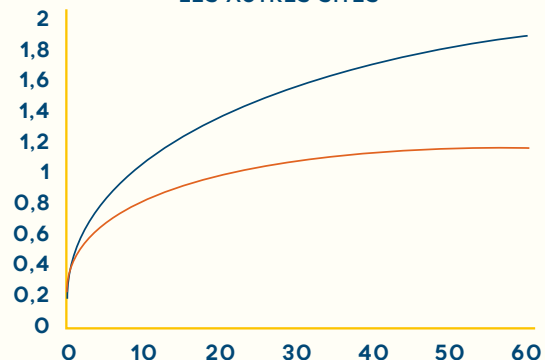
LES PUBLICITÉS SONT VUES PLUS VITE ET PLUS LONGTEMPS

— Newbrands — Other sites

LES PUBLICITÉS SUR LES SITES DE PRESSE QUOTIDIENNE (NEWSBRANDS) SONT REMARQUÉES 2 X PLUS VITE QUE SUR LES AUTRES SITES



LE TEMPS D'ARRÊT DU REGARD SUR LES PUBLICITÉS DES SITES DE PRESSE QUOTIDIENNE (NEWSBRANDS) EST SIGNIFICATIVEMENT PLUS LONG QUE SUR LES AUTRES SITES



Source : Paying for attention - Lumen research - October 2017 – 500 foyers - continuous data tracking - Eye tracking at home
- AB Testing vs 50 000 ad served - 77,343 viewable impressions - Viewable = 50% of pixels for 1+ sec - UK

#DLPlapreuve