

“Quand on économise sur le prix d'une étude mieux vaut ne pas être exigeant.”



Quand on investit dans une campagne de communication publicitaire, mieux vaut être exigeant sur :

- ▶ L'impact de vos campagnes sur vos cibles de conquête ;
- ▶ L'attribution de la campagne à votre marque ;
- ▶ La bonne compréhension de votre message ;
- ▶ Sa capacité à créer une fracture dans l'attention et la persuasion.

Panel On The 
Promise
Le langage
des décideurs

Ad Testing® : un système de prétest et de posttest multi-supports de vos campagnes publicitaires.

Une méthodologie online innovante ...

- ▶ déclinée en ligne pour couvrir l'ensemble des supports (TV, radio, presse, magazine, abribus, affichage, etc.),
- ▶ s'appuyant sur un modèle de persuasion éprouvé,
- ▶ bâti sur un référentiel de normes (10 ans de tests publicitaires online).

Une réponse claire à deux questions clés :

- ▶ Votre campagne publicitaire crée-t-elle une fracture dans l'attention ?
- ▶ Votre campagne publicitaire crée-t-elle une fracture dans la persuasion ?

Choisir Ad Testing® c'est opter pour :

- ▶ Une mise en situation prétexte pour reproduire fidèlement la réalité de l'exposition publicitaire (faible implication).
- ▶ Le recours à des échelles et des indicateurs éprouvés et normés.
- ▶ Une déclinaison sur l'ensemble des grands médias.
- ▶ Un éclairage complémentaire via des indicateurs comportementaux (temps de lecture, sens de lecture, etc.).
- ▶ Une réactivité et un coût optimisé grâce au recours à un access panel online qualifié (module Ad*Testing XP® pour des résultats en 48 heures).



Prétest affichage inséré dans un apprentissage interactif du code de la route.

Panel On The Web
76-78 rue St. Lazare
75009 Paris, France
Std. : +33 (0)1 78 09 03 50
Fax : +33 (0)1 78 09 03 89
valerie.jourdan@panelontheweb.com