



Mediatic
CONSEILS



Michel Colin
Hôtel Bristol, Genève
Jeudi 12 janvier 2006

Comment réussir votre campagne de publicité radio ?

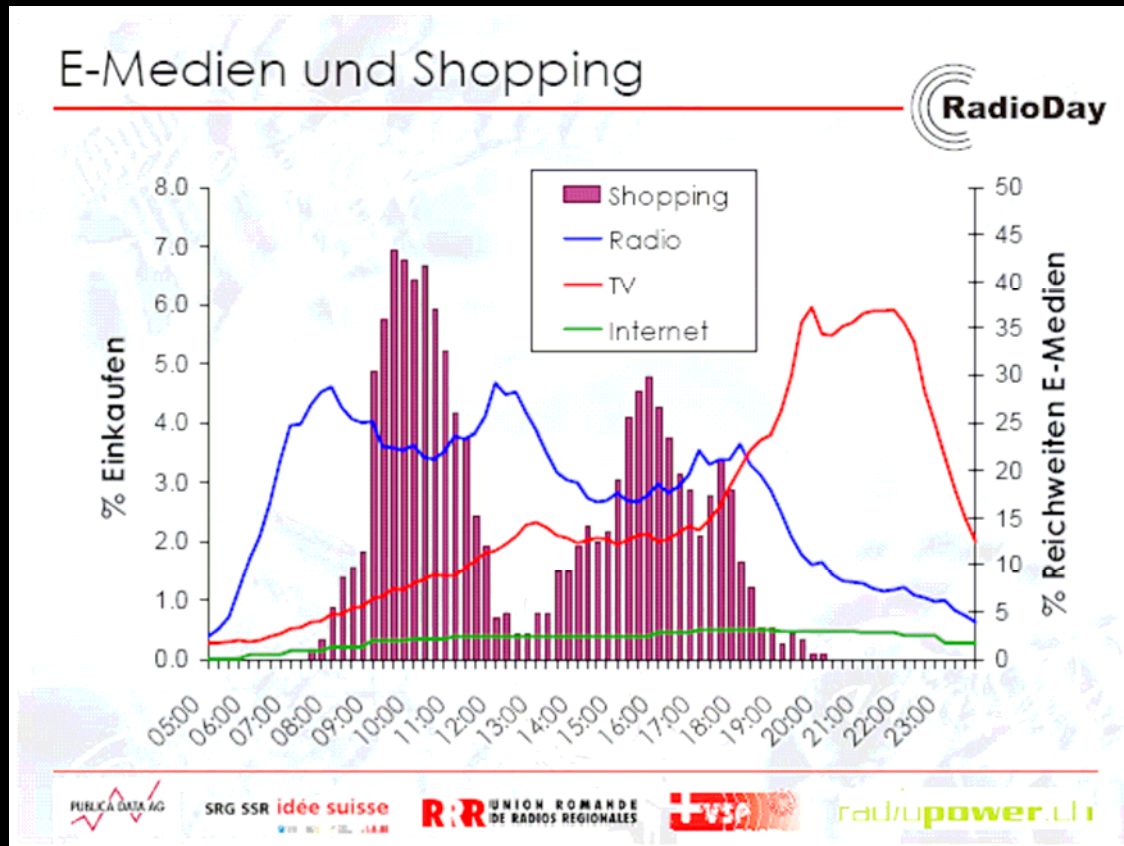
La magie de la radio



www.poolradiatoromandie.ch

- 9 personnes sur 10
- 120 minutes par jour
- le "théâtre de l'esprit"

Proximité de l'acte d'achat

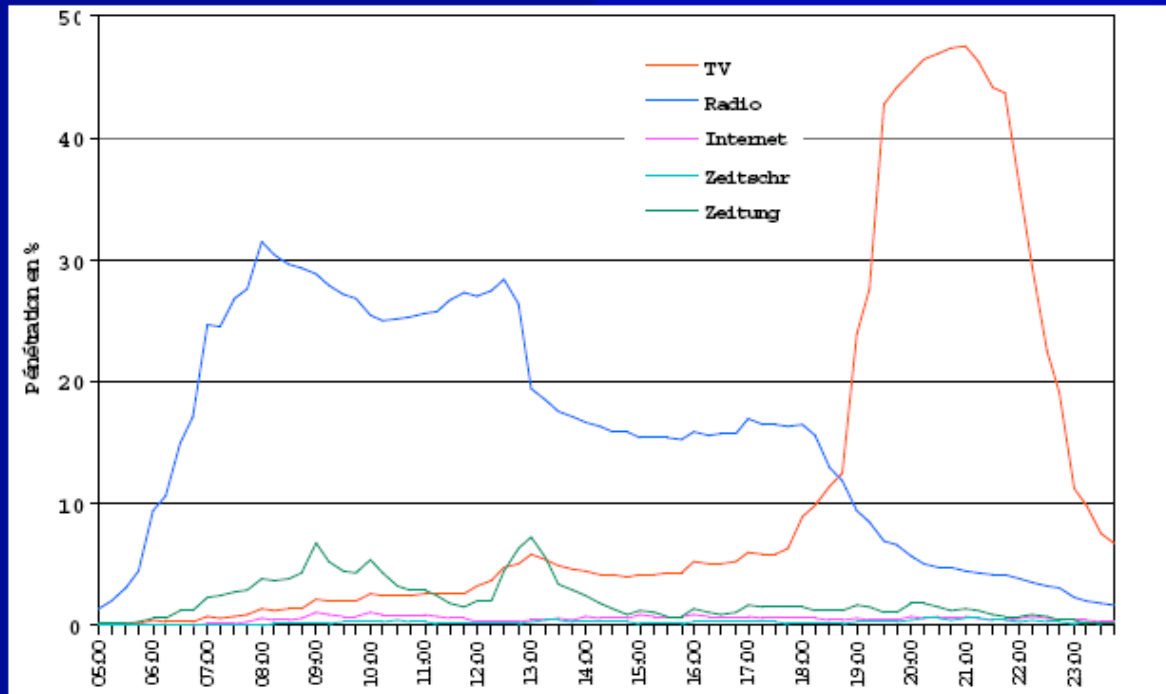


- créer du trafic sur les POS
- stimuler les consommateurs
- impacter proche de l'acte d'achat

Rolf Müller, Geschäftsführer Publica Data AG: **La Radio, un média incontournable**
(<http://www.radioday.ch/fr/2005/referate.html>)

Efficacité quotidienne

Les médias au fil de la journée



Source: étude médias SRG 2000, sondage, Population entière 15+. Suisse 2000 (lu-ve)

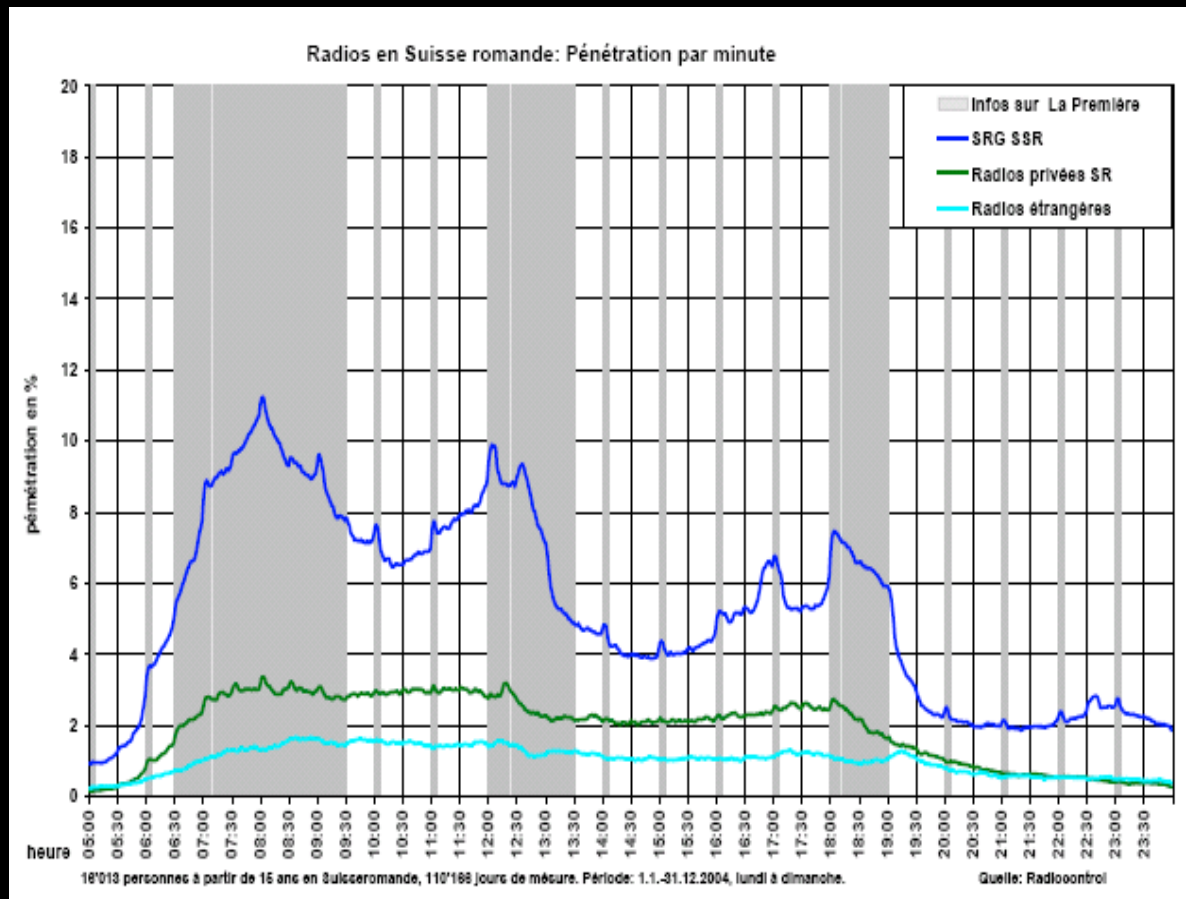
publi suisse

2 / 6 Utilisation des médias

- répétition économique
- réactivité et souplesse
- forte consommation mobile

http://www.publisuisse.ch/francais/website/zahlen/maerkte/download/f_mediennutzung_schweiz.pdf

Choisir quelle (s) radio (s) ?



- ciblage géographique
- ciblage démographique
- ciblage typologique

<http://www.radiocontrol.ch/pdf/2005/Franz/TagesverlaufSR.pdf>

Stratégies radios

- Lancements (ouvertures...)
- Evénements (portes ouvertes, animations...)
- Actions promotionnelles (soldes...)
- Création de trafic sur le point de vente (recency)
- Notoriété, image (sponsoring...)



Booster le mix médias

- **TV : transfert d'image**
- **Presse : toucher les non-lecteurs**
- **Mailings : améliorer le taux de retours**
- **Affichage : impacts proches du POS**
- **Internet : créer du trafic sur les sites**
- **Cinéma : augmenter la réactivité**



Emergence



- se distinguer de l'encombrement publicitaire
- obtenir assez de répétition
- placer la création au centre de la stratégie

Récurrance

- comprendre les cycles d'achats
- X% des auditeurs vont acheter aujourd'hui vos produits ou services quelque part
- La répétition est la clé de l'apprentissage



Ciblage et répétition

	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
05:00 - 06:00							
06:00 - 07:00							
07:00 - 08:00	1	1	1	1	1		
08:00 - 09:00							
09:00 - 10:00							
10:00 - 11:00	1	1	1	1	1	1	
11:00 - 12:00							
12:00 - 13:00	1	1	1	1	1		
13:00 - 14:00							
14:00 - 15:00							
15:00 - 16:00							
16:00 - 17:00							
17:00 - 18:00	2	2	2	2	2	2	
18:00 - 19:00							
19:00 - 20:00							
20:00 - 21:00							
21:00 - 22:00							
22:00 - 23:00	2	2	2	2	2	2	2
23:00 - 24:00							

- planifications horizontales

- répétition concentrée

- pas de dilution

- dominer une tranche avec récurrence

Ciblage et répétition

	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
05:00 - 06:00			1				
06:00 - 07:00			1				
07:00 - 08:00			1				
08:00 - 09:00			1				
09:00 - 10:00			1			1	
10:00 - 11:00			1			1	
11:00 - 12:00			1			1	
12:00 - 13:00			1			1	
13:00 - 14:00			1			1	
14:00 - 15:00			1			1	
15:00 - 16:00			1			1	
16:00 - 17:00			1				
17:00 - 18:00			1				1
18:00 - 19:00			1				1
19:00 - 20:00			1				1
20:00 - 21:00			1				1
21:00 - 22:00			1				
22:00 - 23:00			1				
23:00 - 24:00			1				

- planifications verticales
- répétition concentrée
- pas de dilution
- dominer une journée avec récurrence

Ciblage et répétition

	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
05:00 - 06:00							
06:00 - 07:00							
07:00 - 08:00							
08:00 - 09:00							
09:00 - 10:00						2	
10:00 - 11:00						2	
11:00 - 12:00						2	
12:00 - 13:00						2	
13:00 - 14:00						2	
14:00 - 15:00						2	
15:00 - 16:00							
16:00 - 17:00							
17:00 - 18:00	2	2	2	2	2		
18:00 - 19:00							
19:00 - 20:00							
20:00 - 21:00							
21:00 - 22:00							
22:00 - 23:00							
23:00 - 24:00							

- planifications mixtes

- répétition concentrée

- pas de dilution

- dominer une audience avec récurrence

Explorer toutes les idées

- Sponsoring, émissions thématiques
- Jeux, concours, opérations spéciales
- Spots longs, publi-reportages
- Placement de produits, interview, infos



Connecter les auditeurs

- Les consommateurs prêtent attention à la publicité quand ils recherchent la solution à un problème ou à un désir.
- La publicité efficace est une solution qui résout les problèmes, comble les désirs.



Message efficace

- Capte immédiatement l'**A**ttention
- Répond à un **I**ntérêt des consommateurs
- Crée le **D**ésir, l'envie d'acheter
- Génère une **A**ction de l'auditeur



Message personnel

- Utilisez émotions & expériences vécues
- Quel est le bénéfice pour l'auditeur ?
- Un chemin d'action et un seul
- Pas de camouflage ou de clichés



**Tous les médias sont efficaces
... si vous savez les utiliser
correctement ! ©**

Michel Colin

Mediatic Conseils

35 rue des Bains Case postale 5615 - 1211 Genève 11
Tél : +41 22 809 94 01

Formation - Consulting - Médias & Marketing de Proximité