

Fiche technique

Étude d'impact de la campagne BMW

Un sondage a été mené en mai 2014 sur l'impact publicitaire de la campagne pour la BMW Série 3 Touring. La campagne d'affichage nationale, réalisée sur les emplacements de qualité de Clear Channel Suisse, s'est étendue sur 4 semaines, en mettant l'accent sur les deux premières. Cette campagne était accompagnée d'annonces dans les médias imprimés.



Ça roule pour vous, grâce à **l'affiche.**

**CONFORT ET FONCTIONNALITÉ.
UN DUO INTELLIGENT.**

LA BMW SÉRIE 3 TOURING. ESSAYEZ-LA DÈS MAINTENANT.



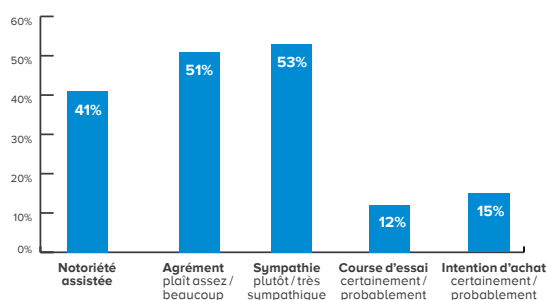
51 % des personnes interrogées ont jugé la campagne assez **plaisante** voire très plaisante. Le score d'agrément monte même jusqu'à 72 % chez les sondés qui ont reconnu une affiche de la campagne.

La campagne a été qualifiée de plutôt **sympathique** voire très sympathique par **un sondé sur deux**.

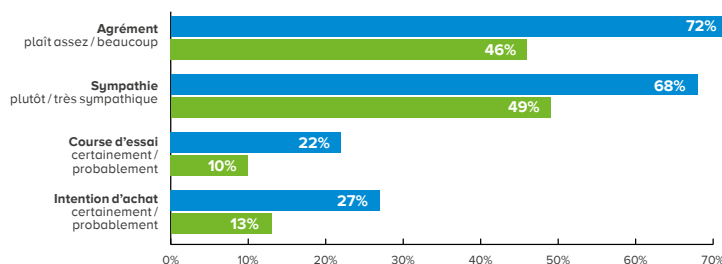
Les personnes ayant vu la campagne d'affichage ont été nettement plus nombreuses à déclarer qu'elles feraient certainement ou probablement une **course d'essai**, que celles n'ayant pas reconnu les affiches de la campagne (22 % contre 10 %).

Il en va de même pour **l'intention d'achat**: les sondés qui avaient vu les affiches ont exprimé une intention d'achat nettement plus élevée que les autres (27 % contre 13 %).

41 % des personnes interrogées **se souvenaient** de la campagne. 49 % de celles ayant reconnu la publicité l'avaient vue sur une affiche.



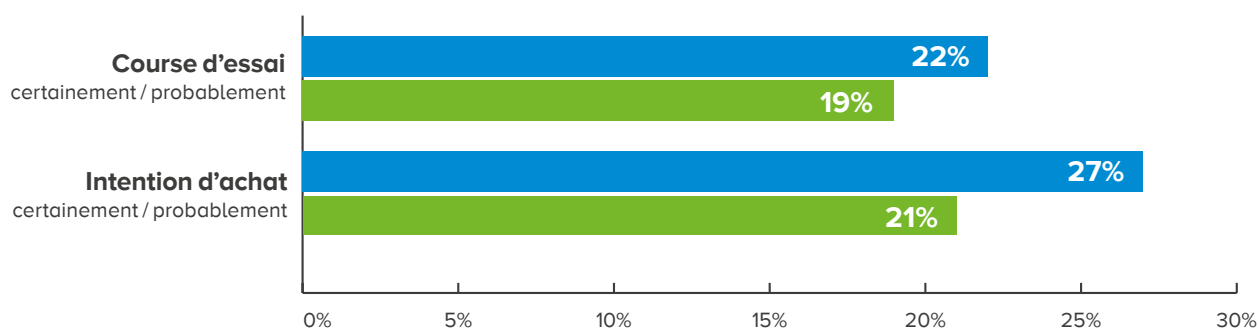
■ tous les sondés



■ sondés ayant reconnu l'affiche

■ sondés n'ayant pas reconnu l'affiche

Les sondés ayant reconnu l'affiche présentent également une **propension plus élevée à acheter et à effectuer une course d'essai** que ceux ayant reconnu l'annonce.



■ sondés ayant reconnu l'affiche

■ sondés ayant reconnu l'annonce

Base : 611 sondés ayant entre 18 et 70 ans, résidant en Suisse alémanique ou en Suisse romande et possédant un permis de conduire valable.

Source : Marketagent.com Schweiz AG