

BANQUES & ASSURANCES

Étude économétrique



AU PLUS PRÈS 
DU BRANDING

Quels sont les leviers **médiaplanning**
et **créatifs** de l'efficacité publicitaire ?

Janvier 2024

TF1
PUB

iligo



La qualité créative et la stratégie médiaplaning, principaux vecteurs d'impact pour les marques ?

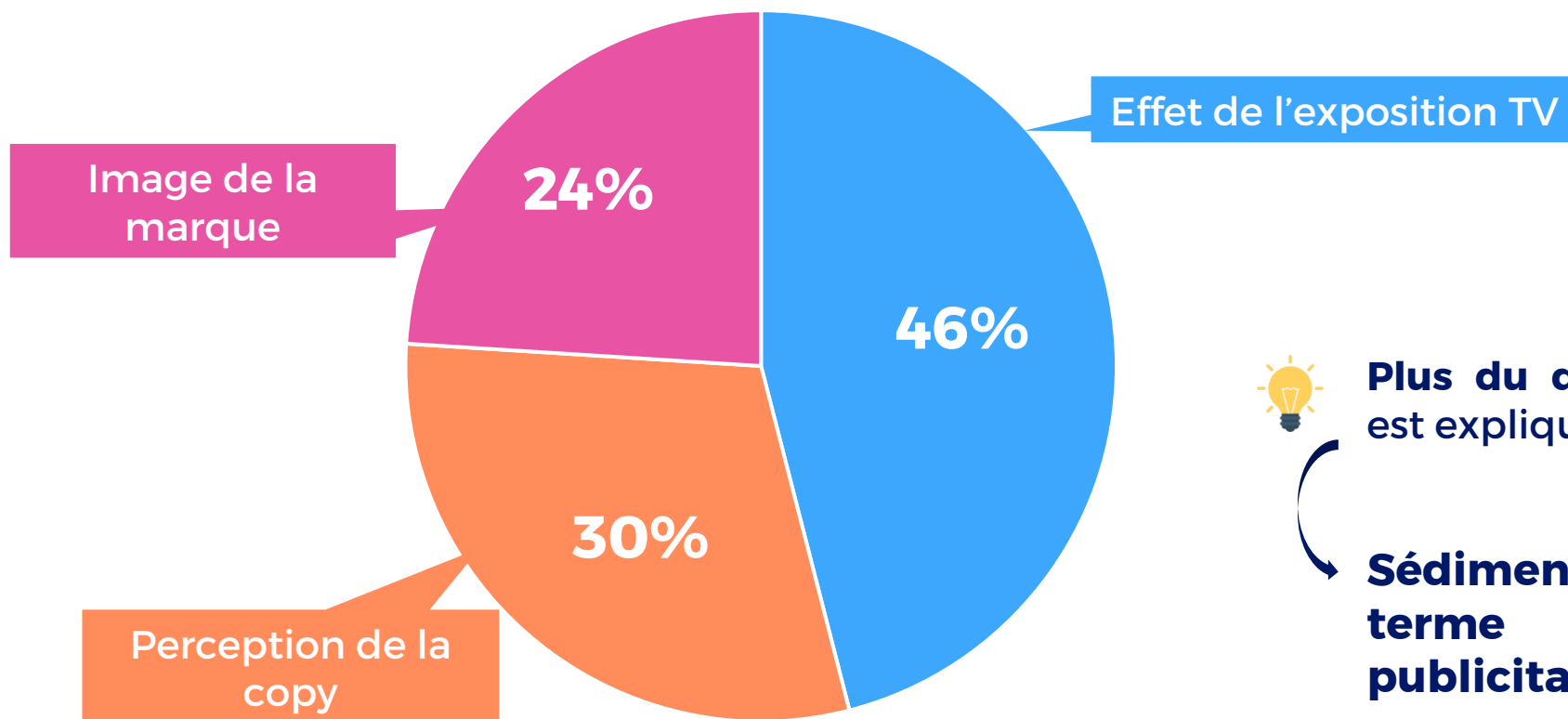
Contexte et objectifs

AU PLUS PRÈS 
DU BRANDING

Une mesure **économétrique originale** destinée à...

- ✓ Mesurer **la contribution des leviers créatifs et médiaplaning** de l'efficacité branding de la TV
- ✓ Identifier **les leviers** permettant **d'optimiser cette efficacité**

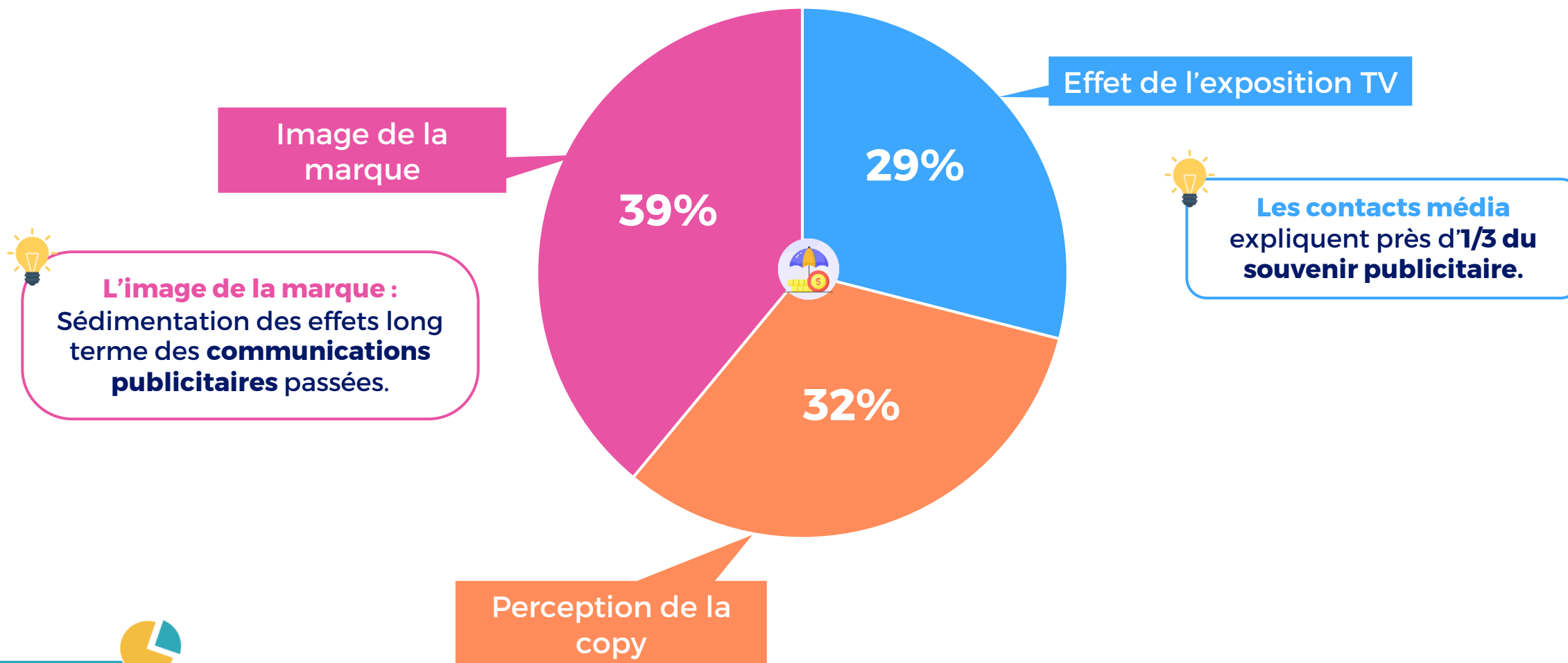
La télévision, 1^{er} contributeur au souvenir



Plus du quart du souvenir publicitaire est expliqué par **l'image de marque**

Sédimentation des effets long terme des communications publicitaires passées.

L'image de marque, pilier de l'impact publicitaire



Les leviers créatifs qui se démarquent pour optimiser l'efficacité publicitaire



Thématique
environnementale



Call to
action



Tonalité humoristique
ou décalée

?

?

Pour découvrir l'étude,
contactez...



Malak Zid
mzid@tfl.fr