

PANEL CONSEIL NOTRE TEMPS

Un outil souple et réactif pour interroger les lecteurs et internautes Notre Temps

3 000 lecteurs et internautes Notre Temps

Un panel qualifié et représentatif de l'audience Notre Temps

- Les membres sont recrutés à partir du magazine, de la newsletter et du site NotreTemps.com



Un éventail d'études varié

- Post-tests et pré-tests
- Études de notoriété et d'image de marque
- Études de comportement des consommateurs, connaissance de cible
- Tests de produits, focus groups, ...



PRÉ-TEST

Tester et adapter votre message avec un pré-test

En amont de votre campagne, mesurez les performances d'une ou plusieurs pistes créatives afin d'adapter votre message à votre cible.

Ajustez vos **éléments créatifs** et déterminez les facteurs les plus **impactants** :

- Agrément global & agrément détaillé
 - Compréhension et adhésion au message
- + Possibilité de récolter des verbatims.

Mesurez la **notoriété** et l'**image de votre marque** :

- Notoriété
- Image de marque
- Considération/préférence de marque
- Potentiel incitatif



POST-TEST

Mesurer l'impact de votre campagne publicitaire

A l'issue de votre campagne, évaluez son efficacité publicitaire, identifiez ses points forts et les opportunités d'amélioration pour optimiser votre communication.

Les indicateurs clés mesurés avec un post-test :

- Impact : mémorisation et souvenir de votre campagne
- Notoriété et image de votre marque
- Agrément global & détaillé de votre campagne
- Potentiel incitatif (intention de renseignement, d'achat, etc.)
- + Possibilité d'ajouter des questions *ad hoc* propres à l'annonceur.
- + Possibilité de récolter des verbatims.

Analyse des résultats selon l'exposition à la campagne :

- Analyse des gains entre exposés et non-exposés sur les différents indicateurs mesurés ci-dessus.