



500 campagnes publicitaires testées par Clear Channel France

Avec son partenaire iligo, Clear Channel France annonce le 500^{ème} bilan de campagne, et renforce ainsi son expertise en matière d'efficacité publicitaire sur le média Out Of Home(OOH)*.

Depuis juillet 2012 et le lancement de sa méthode CAST**, que Clear Channel France mesure l'efficacité publicitaire de ses campagnes publicitaires auprès d'un panel urbain dédié, en partenariat avec l'agence d'études et de conseil iligo. Un peu plus de trois ans après, ce sont 500 campagnes publicitaires qui ont été mesurées, dont 346 en print et 154 en digital, représentant ainsi 220 000 interviews et près de 3 millions de questions renseignées.

C'est avec ces 500 créations print et digitales testées que CCF peut aujourd'hui avoir une base solide de connaissances en matière de création publicitaire. CCF et iligo sont en réflexion constante afin de mettre en place des solutions permettant de mieux comprendre les interactions entre individus et le média Out Of Home (OOH*)

Si demain l'avenir fera évoluer ce média, c'est aujourd'hui que Clear Channel France et iligo anticipent cette évolution par le développement de plusieurs projets. Dans l'objectif de mieux répondre à des problématiques précises d'annonceurs, le développement de panels urbains locaux est en train de voir le jour, tout comme le déploiement d'un panel mobile afin de s'adapter aux habitudes des consommateurs. Enfin, la création publicitaire est elle aussi étudiée avec la première étude sur les neurosciences et le rôle de l'émotion dans l'impact d'une création publicitaire en Out Of Home(OOH)*.

A travers ces 500 bilans de campagne et ces différentes études innovantes, Clear Channel France France réaffirme son expertise et sa place d'acteur majeur de l'affichage urbain, et se positionne en partenaire innovant des annonceurs.

OOH, Out Of Home* : communication extérieure

Consumer Audience Smart Tracking** est une méthode exclusive Clear Chanel France a lancée en avec des partenaires référents (Experian, iligo, Kantaworldpanel) pour qualifier l'audience du média en termes de profil socio-comportemental en amont et mesurer l'efficacité sur l'impact et les ventes en aval des campagnes.

A propos d'iligo



iligo est une agence d'études et de conseil spécialisée dans les nouveaux comportements des individus, notamment en liaison avec les nouvelles technologies. iligo privilégie une démarche transversale, articulée autour de trois expertises :

- Consumer Research
- Media Research
- Communication Research

Pour en savoir plus : <http://www.iligo.fr>

Contact

Olivier Goulet

01 53 00 92 84

olivier.goulet@iligo.fr