



L'IMPACT

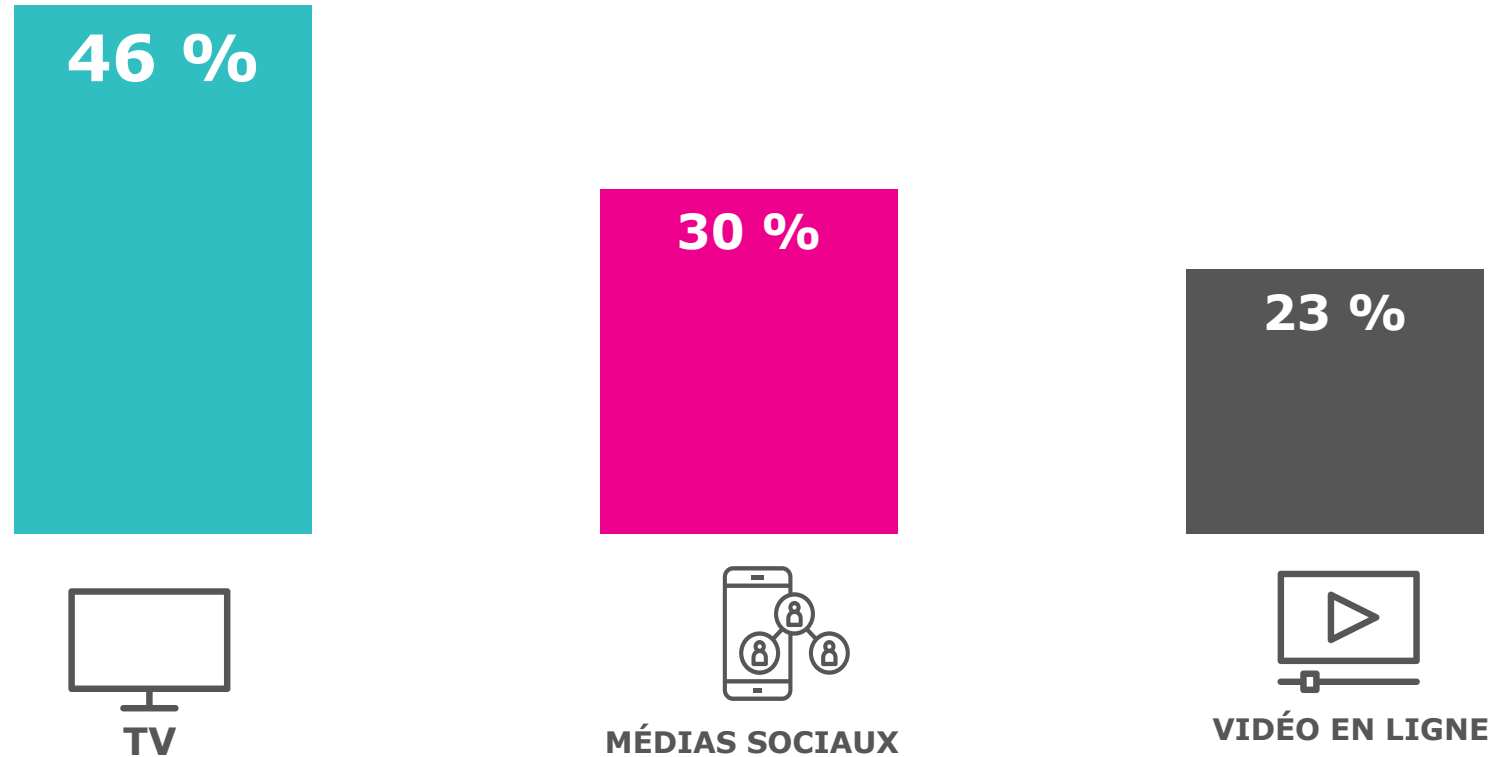
de la publicité



**Avant d'avoir une part
de marché, vous devez
avoir une part de
l'attention.**

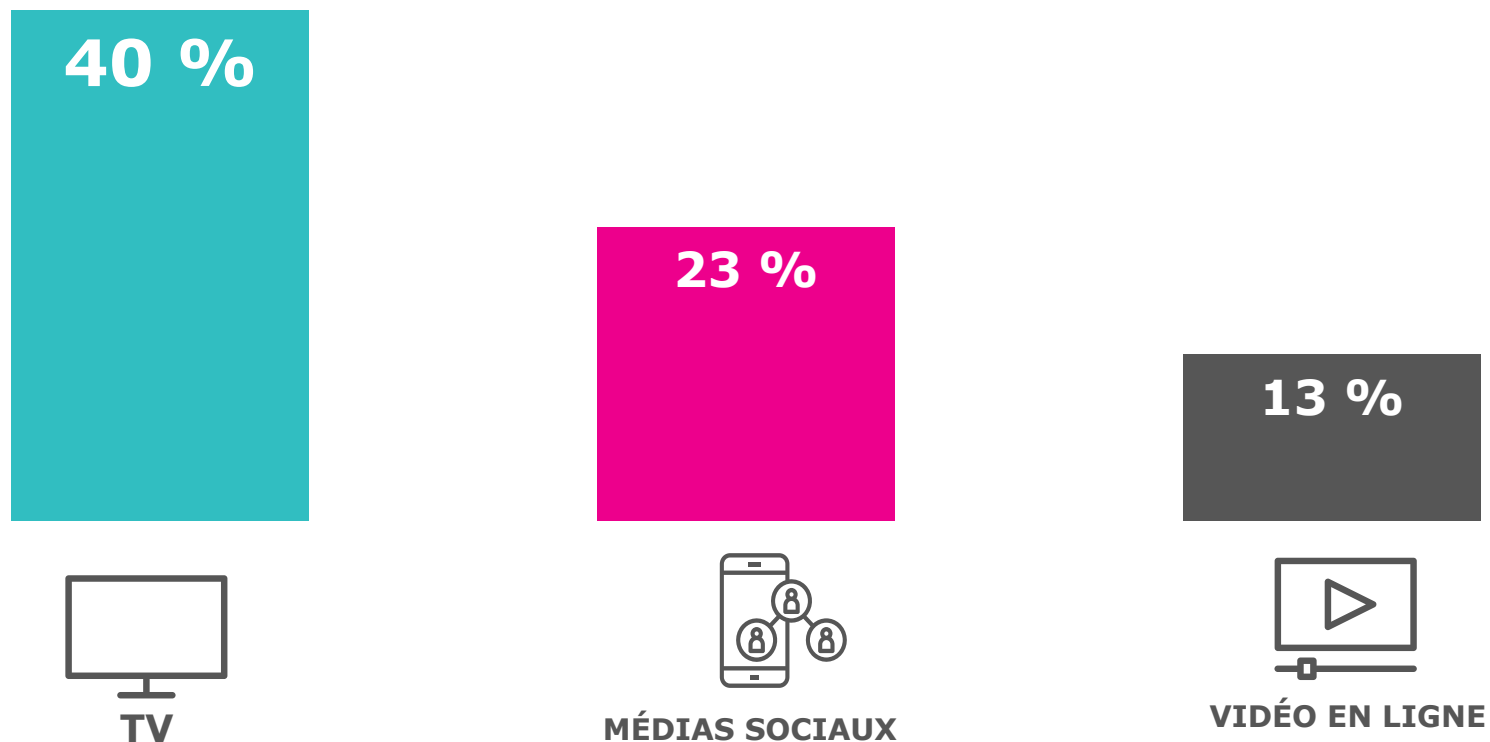
Leo Burnett

les publicités **télé** attirent le plus l'attention



Question : LEQUEL des médias suivants présente les publicités vidéo qui **captent le mieux votre attention**?

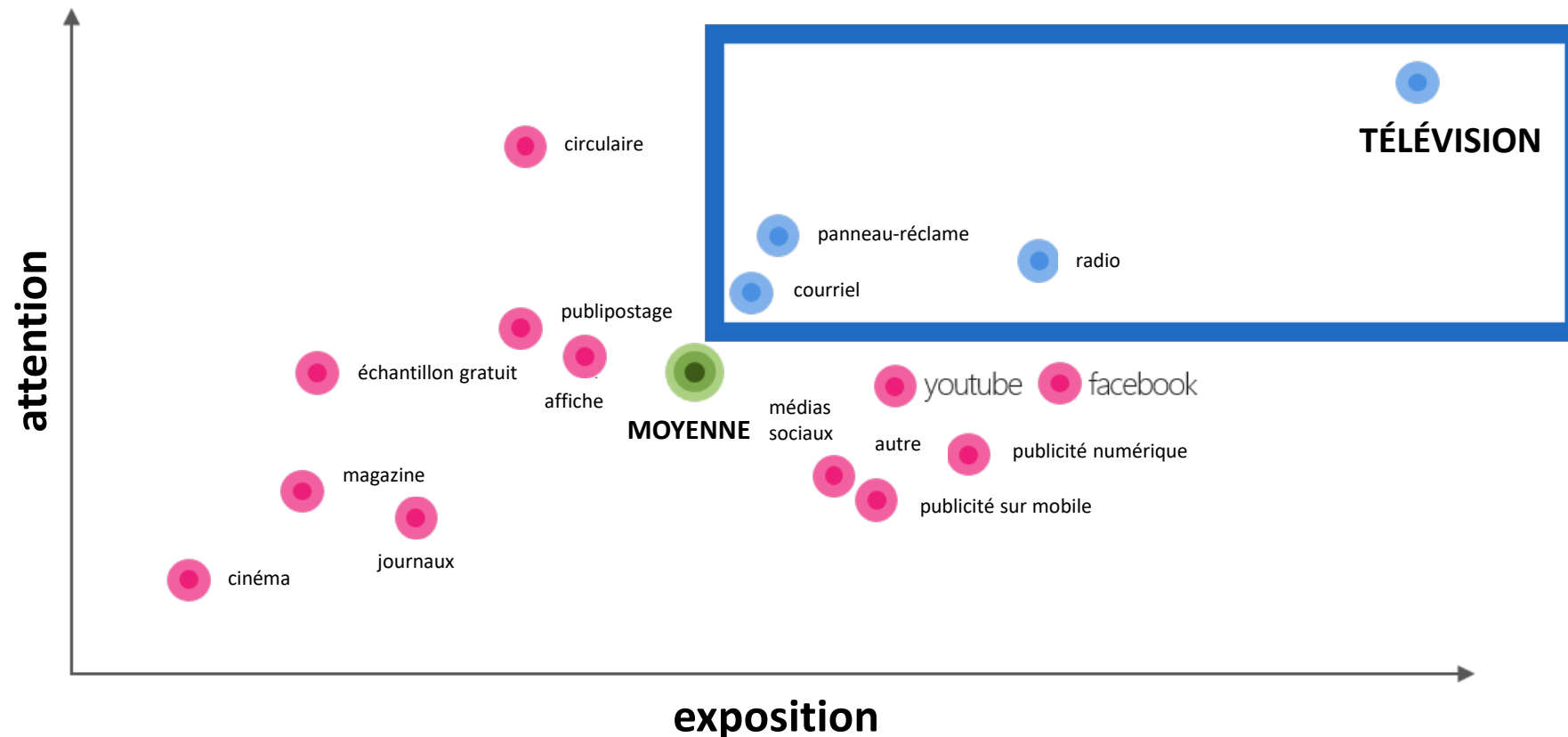
les publicités **télé** sont les plus mémorables



Question : Parmi les médias suivants, LEQUEL présente les publicités **dont vous vous SOUVENEZ LE PLUS?**
Catégorie non listée : « Autre » à 25 %; comprend les journaux, la radio, la recherche et les publicités extérieures.

en matière de visibilité et d'attention, la **télé** est reine

Chaque média permet d'obtenir une certaine exposition et l'attention des consommateurs.
Grâce à son immense portée, c'est la télévision qui offre la plus grande exposition et qui capte le plus l'attention des consommateurs.



la **télé** travaille dans tout l'entonnoir

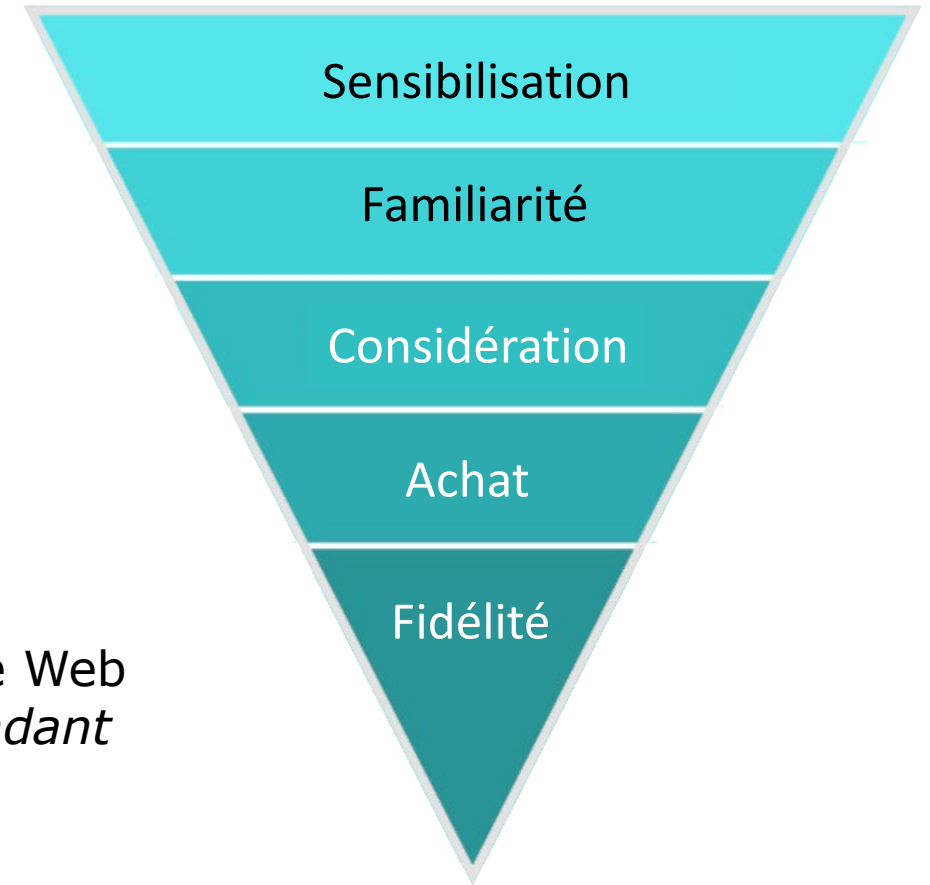
La télé est votre meilleure vitrine

Haut de l'entonnoir

- Sensibilisation
- Promotion de la marque
- Intérêt/intention d'achat

Bas de l'entonnoir

- Activation par des messages de promotion des ventes
- Les publicités télévisuelles attirent les visites sur le site Web
- Grâce au numérique, vous pouvez acheter en ligne *pendant* que vous écoutez la publicité à la télé



la **télé** améliore le rendement en ligne

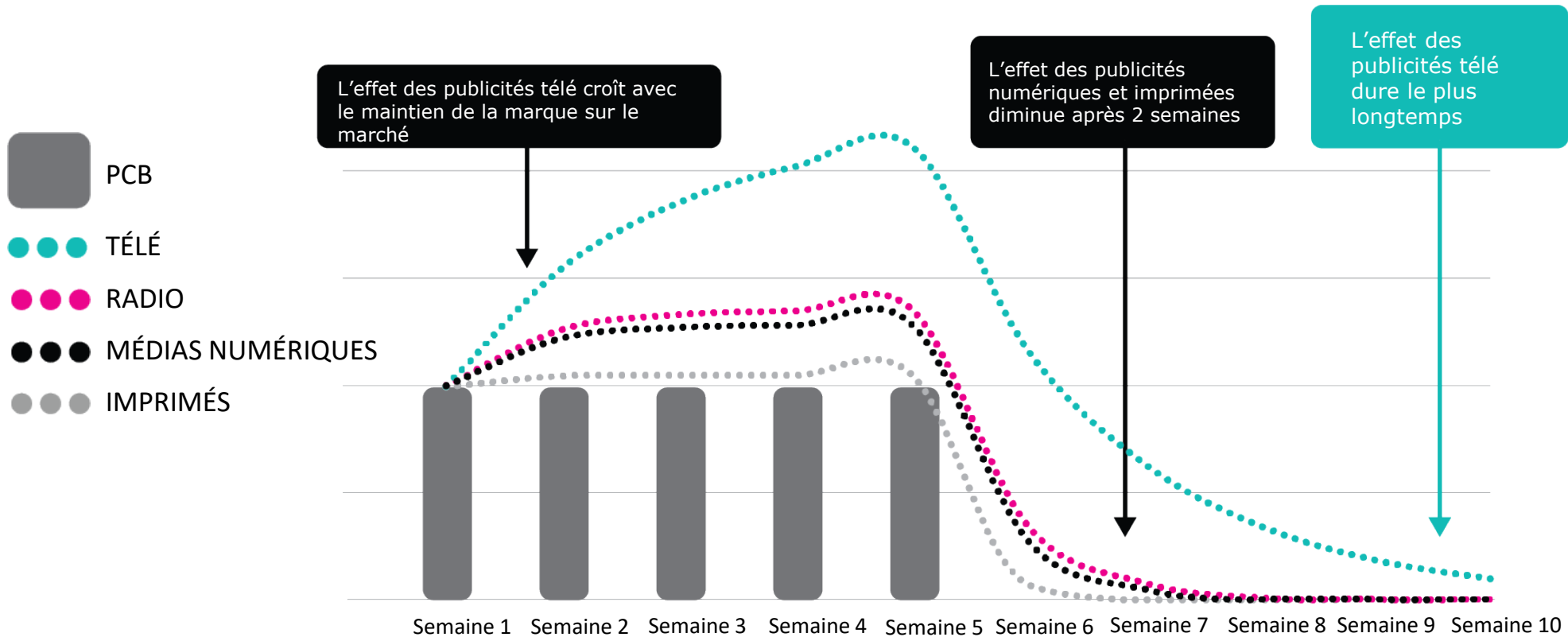
L'effet de halo de la télé augmente le RCI des ventes de la publicité numérique de 19 %.



L'effet de rémanence d'une publicité

télé est celui qui croît le plus rapidement

et qui dure le plus longtemps



contactez nous



info@thinktv.ca



[thinktv-canada](https://www.linkedin.com/company/thinktv-canada)



thinktv.ca