

Eker Daunen

Avec la publicité sur SRF vous faites le bon choix

Admeira AdPanel Case 2023

ADMEIRA



Eker Daunen Manufaktur avait pour objectif d'augmenter considérablement la notoriété de sa marque en tant que nouvelle marque.





Admeira a accompagné la manufacture de duvet Eker dans sa recherche avec l'outil AdPanel en Suisse alémanique.

La sympathie à l'égard de la marque et la notoriété ont notamment été déterminées.

Pré-test
Semaine 18
2023

Post-test
Semaine 50
2023

Stratégie

Média principal entre le
pré-test et le post-test:
TV SRF: OCT - DÉC 2023

AD
MEIRA



Notoriété et sympathie nettement accrues

Question: Dans quelle mesure les marques ou entreprises suivantes vous sont-elles sympathiques?

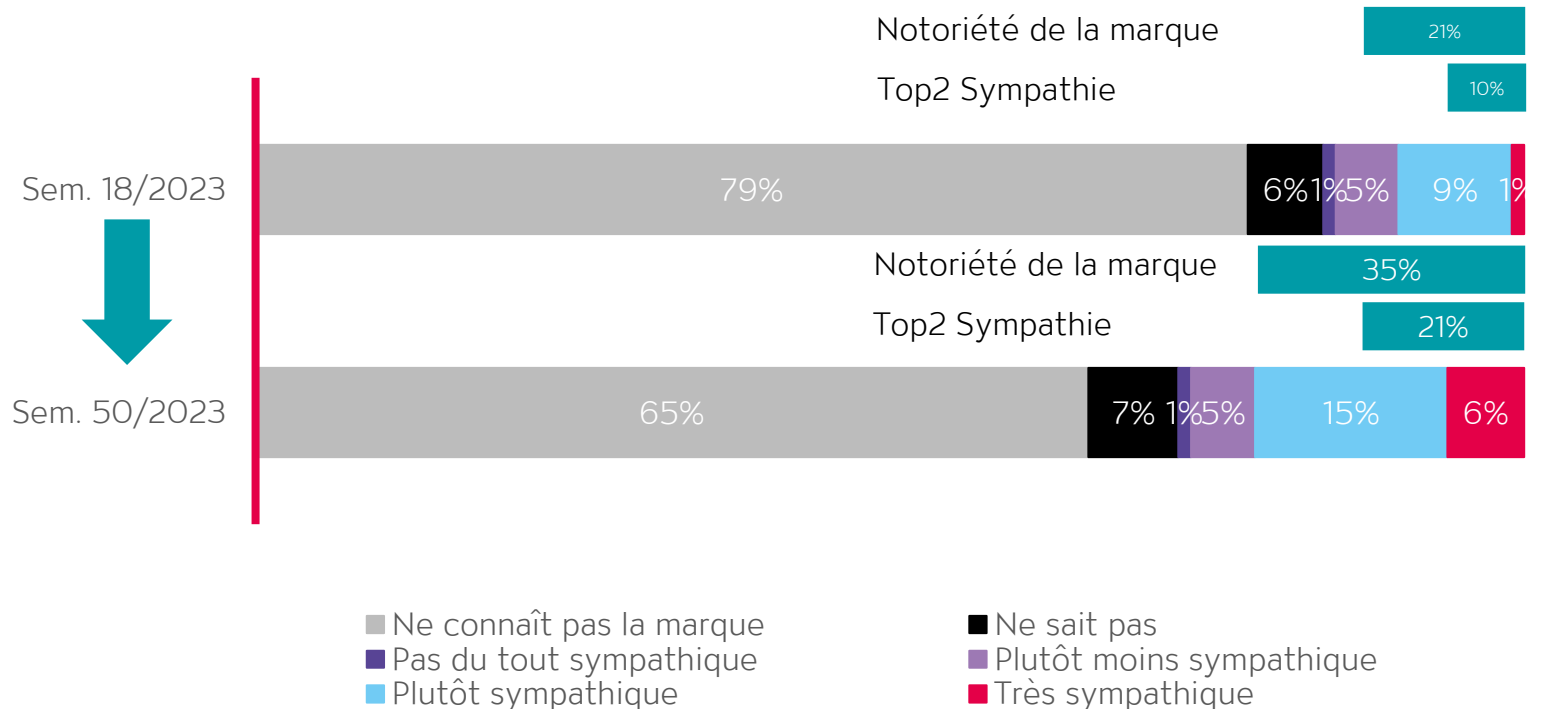


La campagne a été un véritable succès: par rapport au prétest de la semaine 18, la notoriété et la sympathie ont augmenté de manière significative:

Notoriété: +67% (14 points de pourcentage)

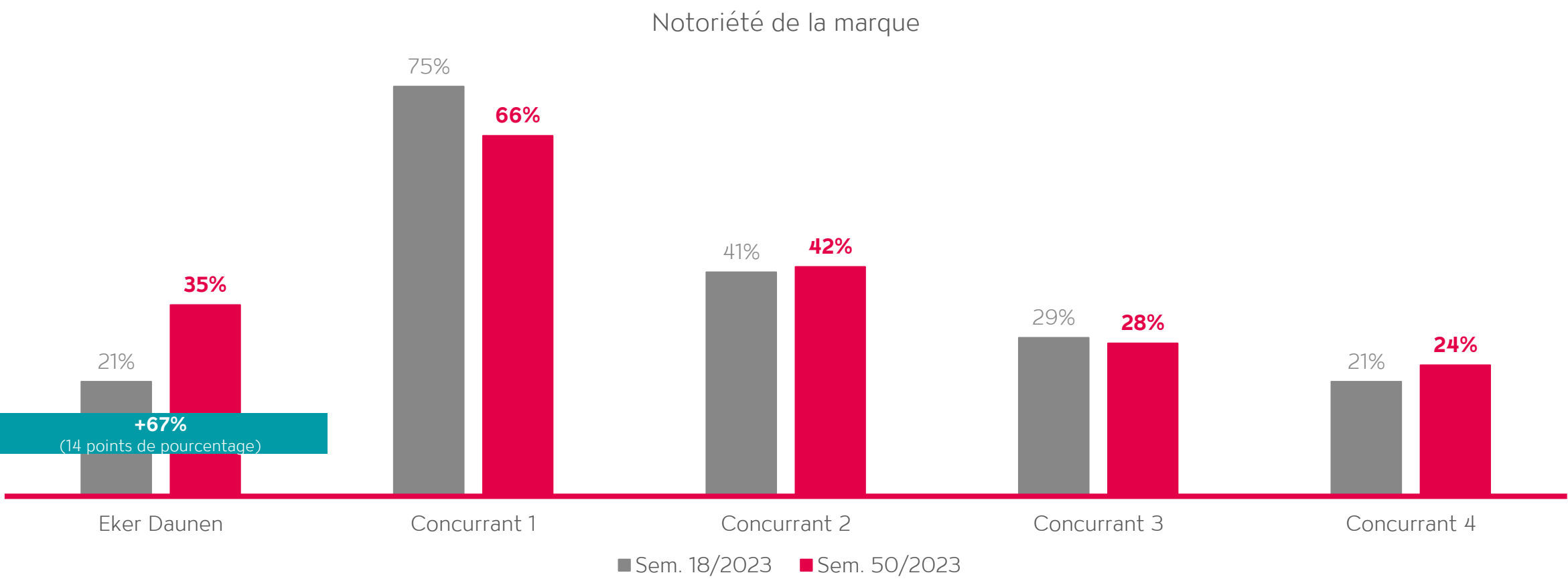
Sympathie: +110% (11 points de pourcentage)

Connaissance de la marque/sympathie de la marque Eker Daunen



Source: Admeira, AdPanel, Semaines 18 & 50/2023, GfK Switzerland

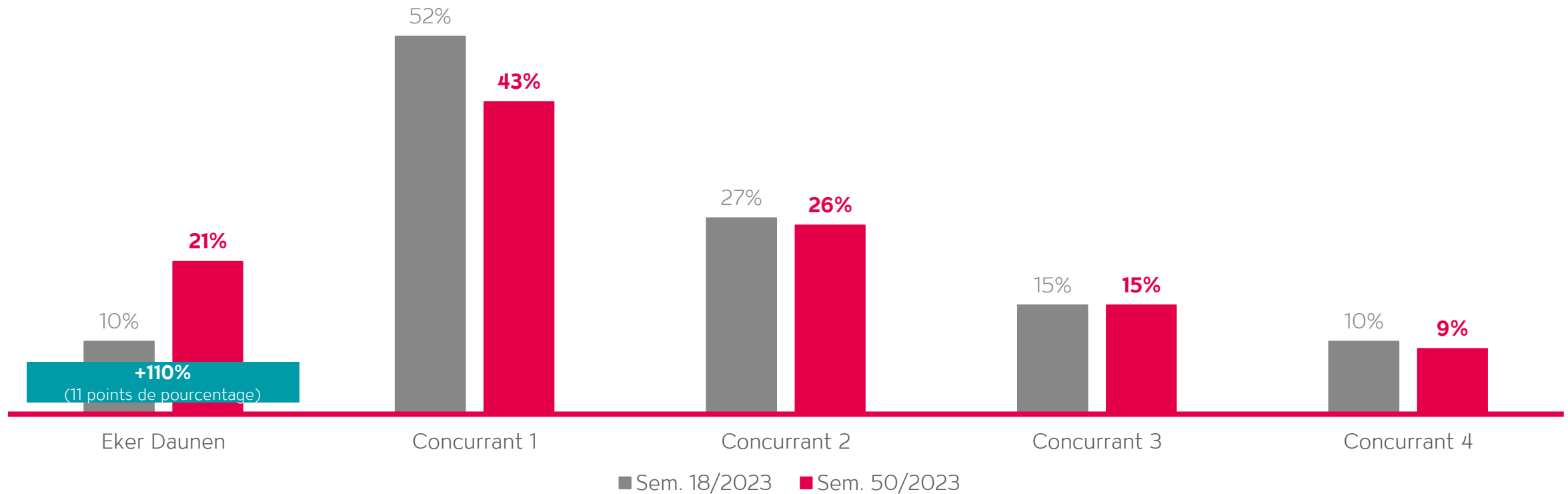
Eker Daunen se hisse à la 3e place en termes de notoriété



Source: Admeira, AdPanel, Semaines 18 & 50/2023, GfK Switzerland

Même pour la sympathie: Eker Daunen à la 3e place

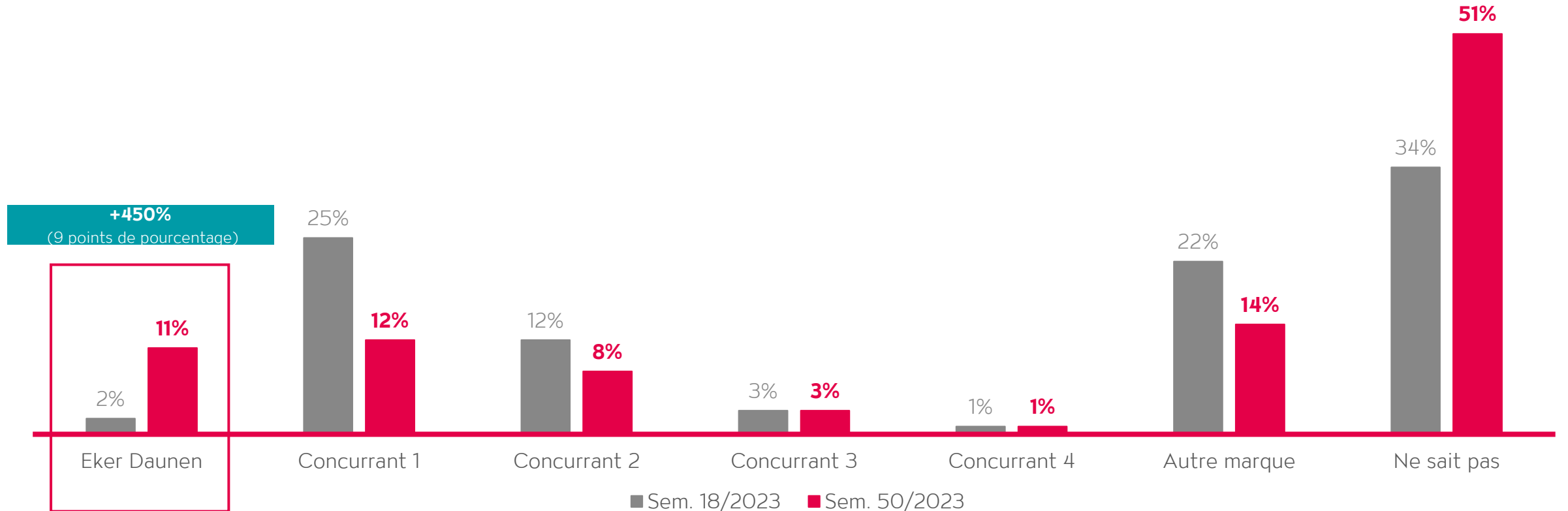
Croyance en la marque, TOP2 (plutôt sympathique/très sympathique)



Source: Admeira, AdPanel, Semaines 18 & 50/2023, GfK Switzerland

Saut le plus net dans la préférence de marque

Question: Supposons que vous deviez choisir entre les marques suivantes, quelle marque choisiriez-vous?

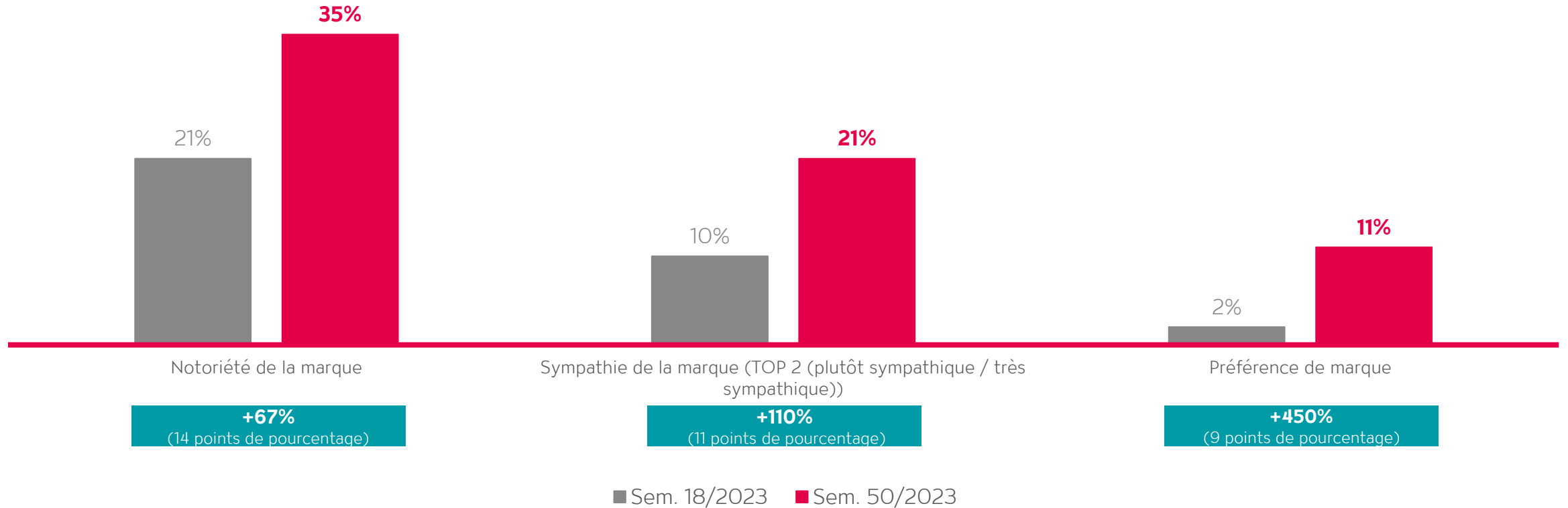


Source: Admeira, AdPanel, Semaines 18 & 50/2023, GfK Switzerland

Entre le pré-test et le post-test, notre client a réussi à augmenter considérablement la notoriété, la sympathie et la préférence de marque dans son segment.

Ainsi, Eker Daunen se hisse à la troisième place par rapport à ses concurrents pour les 3 KPI.

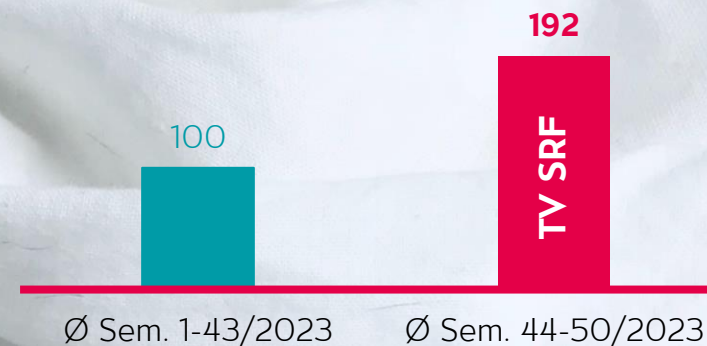
Eker Daunen augmente ses KPI de marque



Source: Admeira, AdPanel, Semaines 18 & 50/2023, GfK Switzerland

Le meilleur pour la fin...

Ø chiffre d'affaires hebdomadaire
en ligne et stationnaire indexé



Le chiffre d'affaires hebdomadaire moyen a nettement augmenté pendant la campagne TV sur SRF.

Fiche de l'étude

Type d'enquête: enquête via l'AdPanel d'Admeira dans le bus en ligne de GfK

Univers: population en ligne de Suisse alémanique et de Suisse romande, 15 - 74 ans dans le cercle des utilisateurs en ligne (utilisation : plusieurs fois par jour, tous les jours ou presque, plusieurs fois par semaine, environ une fois par semaine ou moins d'une fois par semaine)

Méthode d'échantillonnage: Représentatif de la population selon les caractéristiques sociodémographiques, méthode du quota aléatoire

Quotas: Sexe, âge (3 groupes), zones REMP (3 groupes)

Pondération: Les données ont été pondérées selon les critères suivants: Sexe x âge (4 groupes), activité professionnelle (4 groupes), formation scolaire (2 groupes), Super ZI (7 groupes en Suisse alémanique), type d'habitat (2 groupes).

Echantillon: interviews en CH-D: semaine 18/2023: n=760 semaine 50/2023: n=757

Période d'enquête: semaine 18 04.05.2023 - 09.05.2023 / semaine: 14.12.2023 – 19.12.2023

Institut de réalisation: GfK Switzerland AG, Rotkreuz

Merci beaucoup.

N'hésitez pas à nous contacter pour de plus amples informations.

Samuel Fahrni
Research Specialist
E-Mail: samuel.fahrni@admeira.ch
Téléphone: 058 909 97 23

Yvonne Rüegg
Research Specialist
E-Mail: yvonne.rueegg@admeira.ch
Téléphone: 058 909 93 42

Envie de **rester à la page?**
Alors, abonnez-vous
dès maintenant
à **notre newsletter!**



S'inscrire maintenant

