APG | SGA
Out of Home Media

Les affiches augmentent les ventes de 29,8%
Étude de l'impact publicitaire

Les affiches placées le long des flux de passants garantissent que le message publicitaire est perçu tous les jours par un grand nombre de personnes.

L'activation se déploie car des points de vente Swisslos se trouvent aussi le long des flux de passants.

« En raison de ce grand succès, nous continuons de miser fortement sur l'OOH. L'augmentation continue des ventes confirme notre stratégie média. »

Marco Bacchetta, responsable gestion produit billets chez Swisslos Loterie Intercantonale

Client

Win for Life est un classique et dans l'assortiment de Swisslos Loterie Intercantonale, il fait partie des billets à gratter les plus populaires. À la différence des autres gains, vous ne recevez pas un versement unique, mais une rente mensuelle de 4000 francs pendant 20 ans.

Objectif

Lancé en 2001 sur le marché, le billet Win for Life, avec le recours de la publicité, s'est développé pour devenir un produit populaire au long cours. Après trois années sans soutien publicitaire, les ventes ont commencé à fléchir. En 2017, pour contrecarrer cette tendance négative, Swisslos a chargé l'agence Erdmannpeisker d'élaborer une nouvelle campagne. L'objectif était d'attirer l'attention du grand public sur ce jeu et de générer des impulsions d'achat.

Réalisation

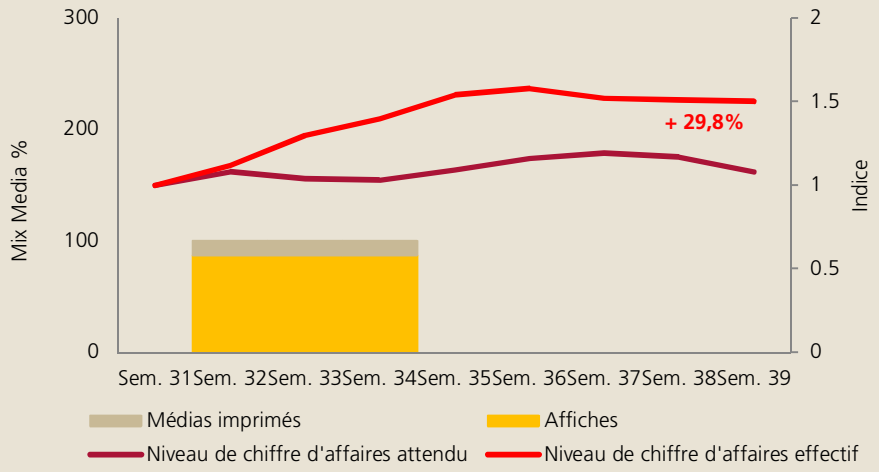
Mix média affiches (média de base) et annonces (média complémentaire)
Affichage stratégie de pulsation dans les villes les plus grandes de D-CH et I-CH
Potentiel de pénétration plus de 3,9 millions de personnes âgées de 18 ans et plus (par vague)
Formats de publicité F12/L, F200/L, caractéristique du site : rue, gare, POS
Conception produit clair, émotionnel, bien visible, motifs adaptés aux groupes cibles
Mesure de l'impact publicitaire statistiques internes des ventes

Publicité extérieure efficace

Un affichage de grande ampleur a permis de faire connaître le billet Win for Life et de le rappeler au bon souvenir des gens. Toutes les campagnes ont généré une nette hausse du chiffre d'affaires, avec un record pour la vague 2018-1.

- Le large impact de l'affiche offre une grande visibilité
- La conception du sujet séduit car il génère du plaisir et suscite l'intérêt
- Les clients sont activés par des contacts avec l'affiche proches du POS

Effet des ventes, par exemple vague 2018-1



Objet et but de l'étude
Efficacité de la mesure publicitaire par affichage en ce qui concerne les ventes de billets Win for Life.

Détails du test
- Statistiques commerciales du client Swisslos Loterie Intercantonale
- Justification des ventes au cours de la semaine, avant, pendant et après les campagnes.

Contact
APG|SGA,
Allgemeine Plakatgesellschaft AG
Christof Hotz, responsable de la recherche médias
Giesshübelstrasse 4
Postfach, 8027 Zürich
T +41 58 220 78 45
christof.hotz@apgsga.ch