

Le réel prend une nouvelle dimension

Georges Augué
Directeur Général

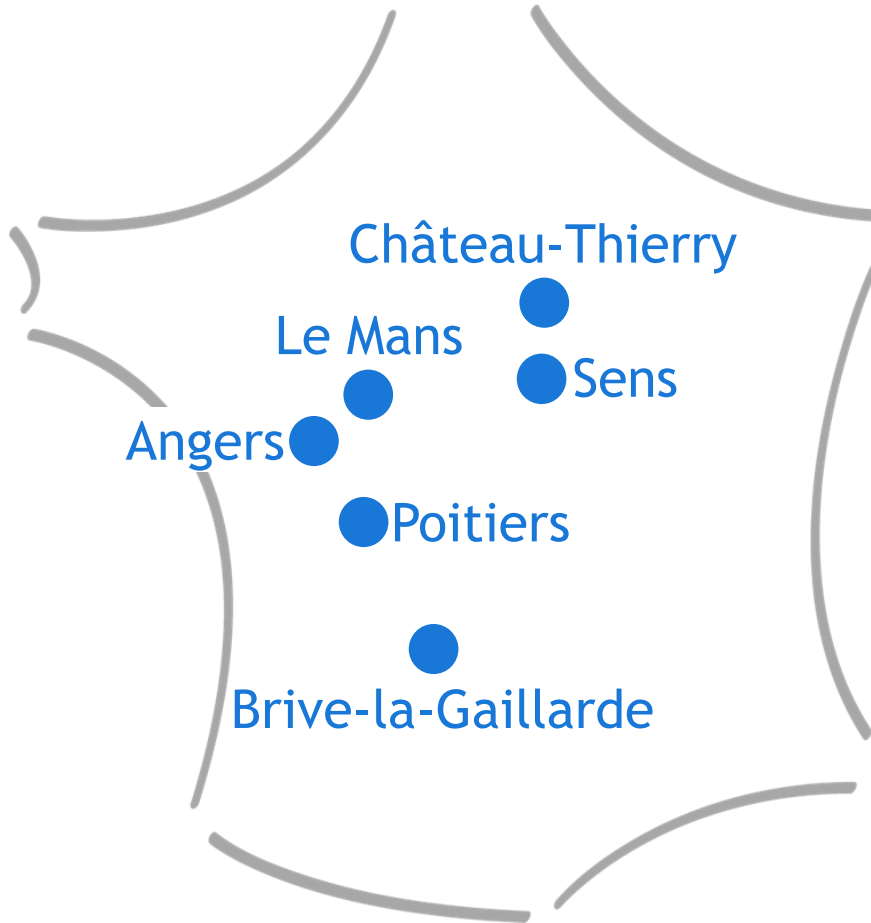


26 avril 2011

**La fusion
MarketingScan / Scannel**



BehaviorScan s'élargit à 6 villes tests



➤ **11** enseignes partenaires



➤ **54** hypers et supermarchés

➤ fréquentés par **390 000** foyers



➤ mesurer



+6%

Une augmentation des ventes supérieure aux objectifs

➤ interroger

BehaviorScan Opinion

« j'aime la taille du format »
« j'apprécie les parfums proposés »

➤ comprendre

22 000 foyers panélistes

Un apport de nouveaux clients pour la marque = +9%

➤ partager

Chefs de Rayon

« un lancement idéal avec un emballage prêt à vendre »





➤ 6 villes

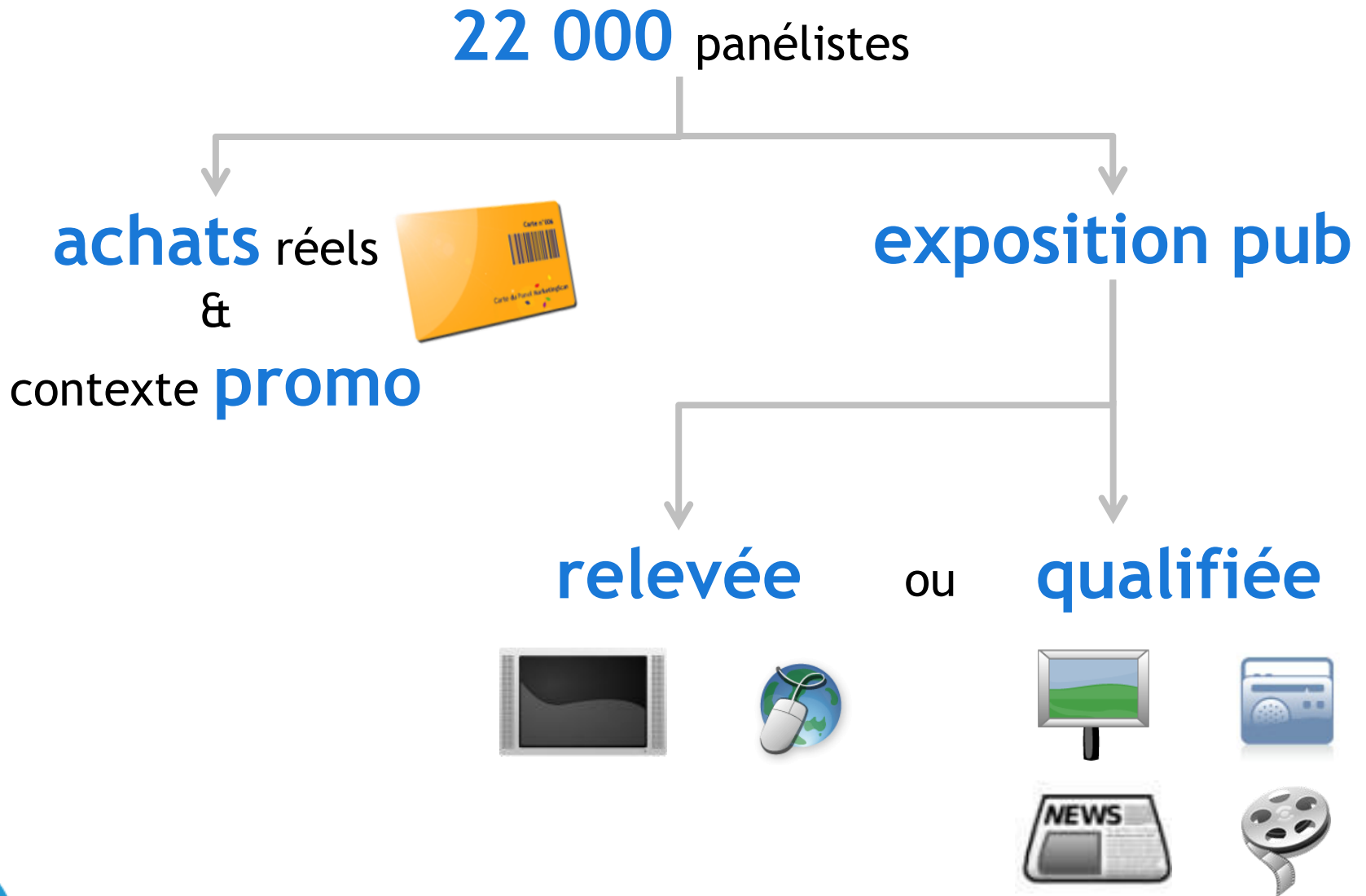
pour tester différentes hypothèses / plans de soutiens

➤ **3 villes TV** pour créer une situation inexistante en France

➤ Des **partenariats** pour tester tous les autres grands médias : **affichage, cinéma, in-store, presse, radio** et **web**



Post-Tests ... une single source mono ou cross-média



Un dénominateur commun : la réalité

« de **vrais consommateurs**,
faisant leurs courses dans de **vrais magasins**
en ayant vus, ou non, de **vraies publicités**. »

