Poster Performance Index PPI®
Le contrôle de votre franc publicitaire

Poster Performance Index PPI® est un instrument de contrôle destiné à ceux qui non seulement apprécient l'affiche mais souhaitent vérifier son efficacité par des chiffres. La APG|SGA vous fournit ainsi qu'à vos clients des données substantielles sur le rendement de vos investissements et la performance de vos campagnes.

Le PPI® est un instrument de Benchmarking et de contrôle.
Il répond aux questions suivantes:
- Combien de personnes ont-elles mémorisé votre campagne?
- Y a-t-il une bonne attribution à la marque?
- Comment votre campagne est-elle appréciée?
- Y a-t-il des différences selon les groupes cibles socio-démographiques?
- Comment se présentent les résultats par rapport aux normes de votre secteur d'activité?

Une exclusivité offerte par la APG|SGA

- Gratuit pour les grandes campagnes d'affichage nationales (sans garantie)
- 12 clients par vague d'enquête max. (participation selon l'ordre d'arrivée des inscriptions)
- Résultats livrés quatre semaines après la période d'affichage, sous forme d'une présentation

Questionnaire

Mémorisation / Reconnaissance[1]
«Voici une affiche (resp. une campagne d'affiches). Vous souvenez-vous d'avoir vu récemment cette affiche (resp. une ou plusieurs affiches de cette campagne)?»

Attribution à la marque[1,2]
«De quelle marque et de quel produit s'agissait-il? Par exemple, la marque pourrait être „Chanel" et le produit „N° 5".»

Agrément de la campagne[2]
«Cette affiche (resp. cette campagne d'affiches) vous a-t-elle plu beaucoup, assez, pas vraiment ou pas du tout?»

Programme 2019[3]

Périodes d'affichage
03/04/05
08/09/10
11/12/13
17/18/19
23/24/25
35/36/37
44/45/46
49/50/51

[1] Les noms et les logos des marques, produits ou entreprises sont rendus flous sur le matériel de présentation afin de ne pas être reconnaissables.

[2] Réponses en % des personnes ayant un souvenir de l'affiche

[3] Sans garantie: programme définitif sur demande

Méthode

Région de test
Les agglomérations de Bâle, Berne, Zurich et Lausanne, Genève

Objet de l'étude
Campagnes d'affichage analogiques et numériques rues et gares en format large F12, affiche lumineuse F12L, eBoard, format City F200, affiche lumineuse F200L, F200LR Rollingstar et ePanel ainsi que F24.

Univers
Habitants des agglomérations testées, âgés de 15 à 59 ans (sur la base de MACH Basic 2018).

Procédure
Interviews en ligne, dès la fin de la campagne (durée environ 15 minutes).

Echantillon
500 personnes (100 personnes dans chaque agglomération), choisies de manière aléatoire en tenant compte des quotas socio-démographiques usuels, les résultats sont pondérés selon la représentation statistique effective des sous-groupes.
(Base: MACH Basic 2018)

Réalisation

intervista AG, Bern

Contact

APG|SGA,
Allgemeine Plakatgesellschaft AG
Christof Hotz
Giesshübelstrasse 4
Postfach
CH-8027 Zürich
T +41 58 220 78 45
F +41 58 220 70 96
christof.hotz@apgsga.ch
www.apgsga.ch