

LA RADIO COMMERCIALE REJOINT LES CONSOMMATEURS EN DÉPLACEMENT

2024



LA RADIO COMMERCIALE REJOINT LES CANADIENS ALORS QU'ILS SONT EN DÉPLACEMENT ET QU'ILS EFFECTUENT DES ACHATS

67%

ont utilisé leur véhicule hier
pour faire l'une de ces
activités d'achat

69%

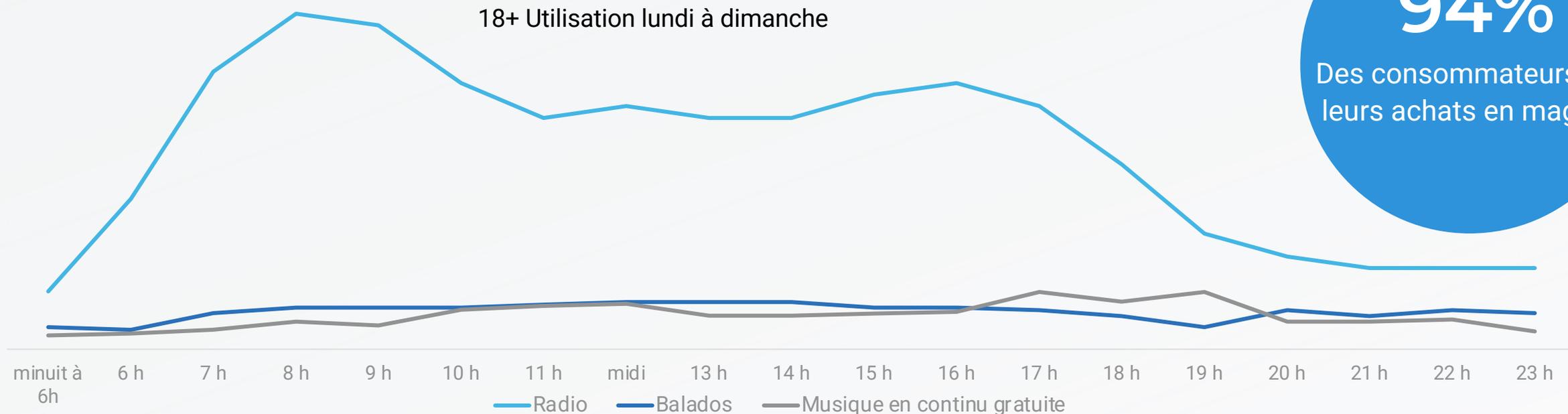
Écoutaient la radio
commerciale lors de leur
déplacement



LA RADIO COMMERCIALE DÉTIENT LA PLUS GRANDE PART D'AUDIO COMMERCIALE TOUT AU LONG DE LA JOURNÉE

Lorsque les commerces sont ouverts, la radio commerciale est allumée

18+ Utilisation lundi à dimanche



94%

Des consommateurs font leurs achats en magasin

Source: La radio en mouvement automne 2023 | <https://www150.statcan.gc.ca>: Basé sur des données saisonnières, les ventes du commerce de détail étaient à la baisse de 1,5% à 3,9 milliards en novembre 2023 équivalent 5,8% total détail, comparativement à 5,9% en octobre.



APRÈS AVOIR ENTENDU UN MESSAGE À LA RADIO..

41%

des Canadiens
sont
favorablement
passé à l'action

26%

sont allés en ligne pour
chercher plus
d'informations

21%

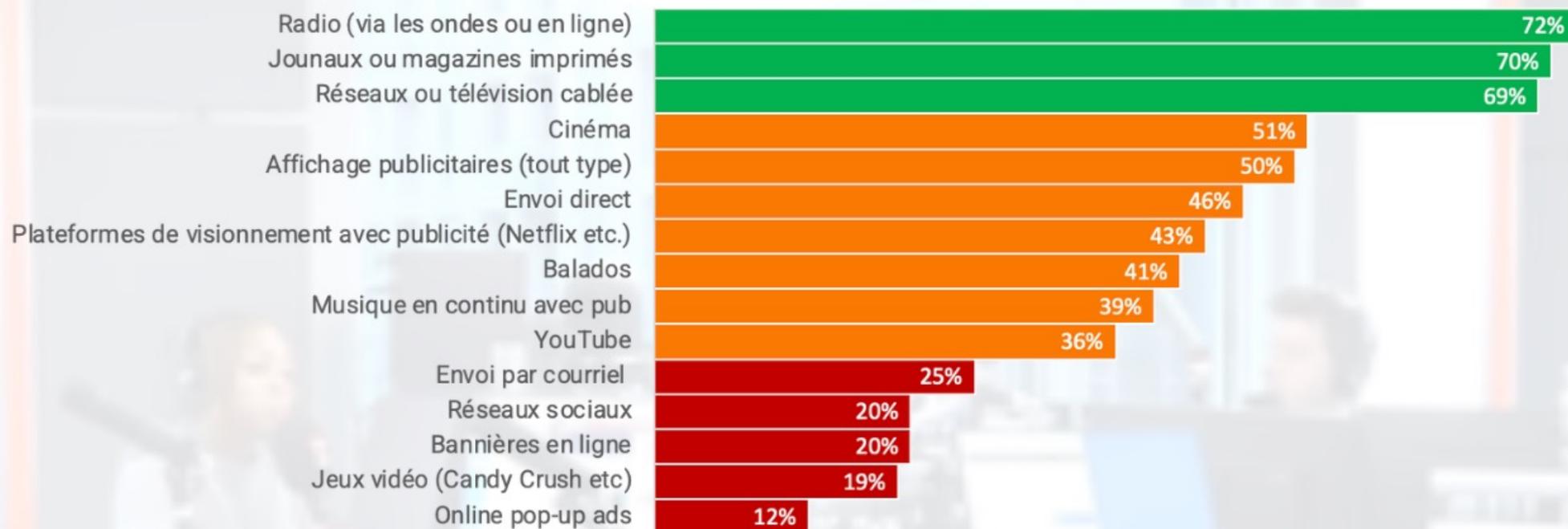
en ont parlé à quelqu'un

10%

ont acheté le
produit ou service

LES CANADIENS FONT CONFIANCE AUX MESSAGES PUBLICITAIRES DIFFUSÉS À LA RADIO

% des Canadiens qui s'attendent à trouver des publicités dignes de confiance sur chaque média



Source: La radio en mouvement automne 2023

AVEC DE L'INFORMATION ET DE LA PUBLICITÉ PERTINENTE, LA RADIO COMMERCIALE TIENT LES CANADIENS AU COURANT

Au cours des derniers mois, alors qu'ils écoutaient la radio...

45% A18-49

Ont été informés à propos d'un événement se déroulant dans leur communauté, ils ont obtenu de nouvelles informations sur un produit ou un service.

32% A25-54

Ont été informés à propos d'un événement qui se déroulait dans leur région (concert, festival ou événement communautaire)

22% A18-34

Ont entendu parler d'un produit ou d'un service qu'il ne connaissait pas auparavant

LES CANADIENS AIMENT ÊTRE TENUS AU COURANT

74%

des Canadiens 18+ tentent de rester au courant des nouvelles locales

59%

des Canadiens aiment découvrir des restaurants et commerces dans leur région

45%

des Canadiens aiment qu'on soutienne les musiciens et artistes locaux



LES MARQUES QUI INVESTISSENT DANS LES MÉDIAS LOCAUX SONT APPRÉCIÉES PAR LES CANADIENS

52%

des Canadiens 18+ aiment
lorsque les annonceurs
soutiennent les médias
avec leur investissements
publicitaires

Source: La radio en mouvement automne 2023

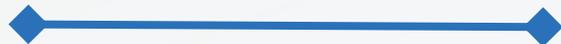


RADIO
CONNEXIONS

LA RADIO EN SYNERGIE AVEC LES MARQUES NATIONALES

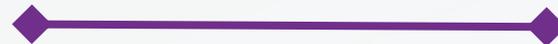
RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE DES BIENS DE CONSOMMATION DE NIELSEN

Les normes MMM de Nielsen



Les normes MMM de Nielsen aident les annonceurs à prévoir leur rendement sur investissement

Données MMM amassées sur 5 ans



1 000 activités commerciales de marques de bien de consommation en télé, radio, affichage, en ligne et au point de vente de 2015 à 2020

Évaluer l'impact de la radio dans le mix média



Nielsen a évalué les normes de rendement sur investissement pour comprendre comment la publicité radio créait un impact sur le rendement sur investissement et travaillait en synergie avec d'autres médias afin d'optimiser les résultats de ventes.

AJOUTER LA RADIO AUX CAMPAGNES DE BIENS DE CONSOMMATION COURANTE OPTIMISE LES RÉSULTATS

1,3X

Rendement radio

Surpasse le rendement sur investissement de 1,3X

+2%

Lorsque la radio est ajoutée

Le rendement sur investissement est optimisé de 2% lorsque la radio est ajoutée au mix média

2,35 \$

Génère des ventes

Pour chaque dollar investi, la radio commerciale génère plus de 2 fois plus de valeur à court terme.

+1,06%

Augmentation du volume des ventes

L'ajout de la radio à d'autres médias permet d'augmenter les ventes.

Source: Nielsen Canada CPG Norms Database Analysis

AJOUTER LA RADIO COMMERCIALE PROPULSE LES VENTES DE BIEN DE CONSOMMATION COURANTE

2,4X

Comparativement
aux autres médias, la
radio offre la
meilleure synergie
avec les activités
aux points de vente

2,6%

Le volume des
ventes généré par
les activités aux
points de vente est
optimisé lorsque la
radio commerciale
est ajoutée

28%

Augmentation du
volume des ventes
lorsque la radio est
ajoutée aux activités
média



CONNECTEZ-VOUS POUR OBTENIR PLUS D'INFORMATION



radioconnects.ca



Suivez-nous sur LinkedIn



Abonnez-vous à notre bulletin électronique



caroline.gianias@radioconnects.ca



lisa.dillon@radioconnects.ca



chantal.leblanc@radioconnects.ca