

KANTAR

Recruter grâce à la TV : combien coûte un nouvel acheteur ?

La Saga des Medias #3

Par Kantar division Worldpanel

**JUST
ONE MORE
EPISODE**

Il est de plus en plus difficile, pour les marques, de générer de la croissance.

% de marques FMCG, niveau global – Pénétration YoY

28%



Décroissance continue

48%



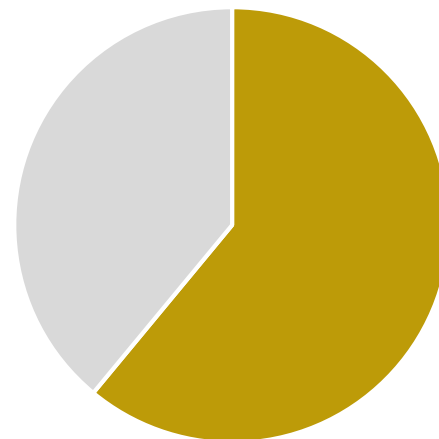
Croissance ponctuelle

29%



Croissance continue

Mais la recette des marques en croissance est toujours la même: le recrutement.



61%

génèrent leur croissance
principalement via du
recrutement

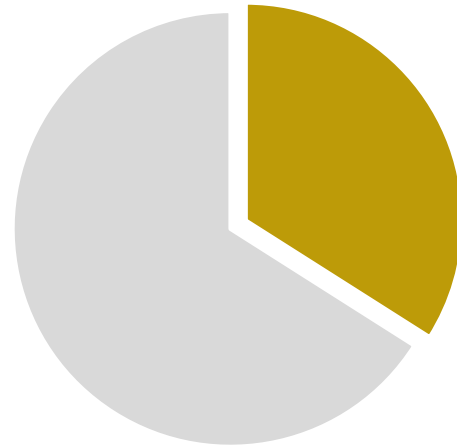




Est-ce que la TV peut vous permettre de recruter de nouveaux acheteurs ?



Oui, la TV a clairement un rôle sur le recrutement.

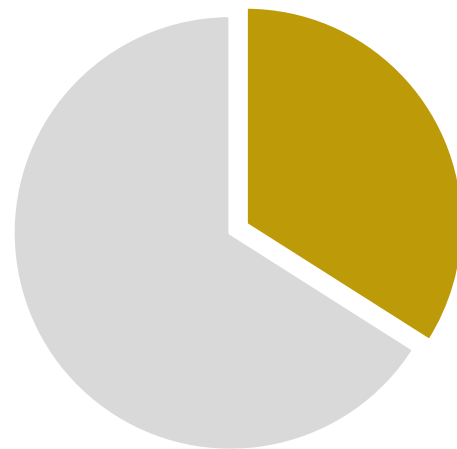


34%

de l'incrément généré par la TV se fait sur des nouveaux acheteurs de la marque en communication.



Oui, la TV a clairement un rôle sur le recrutement.



+50 000

nouveaux acheteurs¹

recrutés sur la marque pour les vagues TV efficaces².

La TV recrute mieux sur certains marchés, notamment les marchés d'entretien ou d'impulsion.



Corps Gras



Fromage



Epicerie sucrée



Entretien



La TV recrute mieux sur certains marchés, notamment les marchés d'entretien ou d'impulsion.

Business case

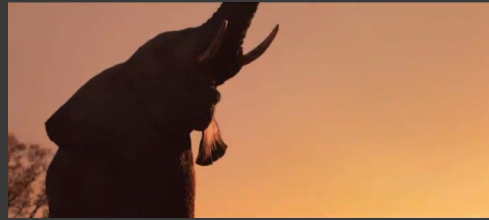
Vague TV Côte D'Or

Une copy qui capte l'attention dès les premières secondes.

Une copy très axée sur le plaisir, le chocolat, les ingrédients.

+ 190 000

foyers gagnés sur la vague



+ 60 000
foyers en
moyenne

Epicerie sucrée



La TV recrute mieux sur certains marchés, notamment les marchés d'entretien ou d'impulsion.

Business case

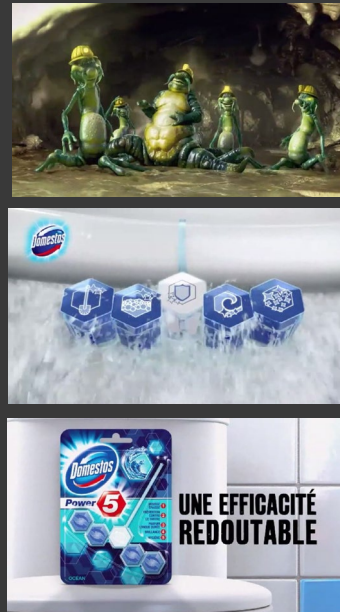
Vague TV Domestos

Une copy qui met en avant l'efficacité du produit.

Une copy qui joue sur l'humour avec personnalisation des bactéries.

+ 130 000

foyers gagnés sur la vague



+ 68 000
foyers en
moyenne

Entretien





Est-ce que cela
coûte cher de
recruter en TV ?

Recruter un foyer en TV coute en moyenne 13.7€.

688 000 €

investis en moyenne par vague TV
(investissement net estimé)

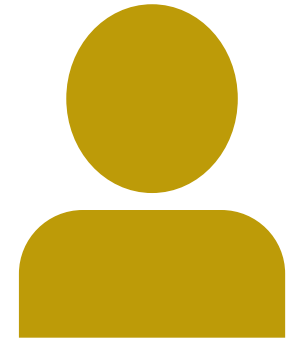
50 000

nouveaux acheteurs en moyenne par
vague TV

=

13.7 €

Cout moyen pour recruter un nouvel
acheteur sur une marque en TV.

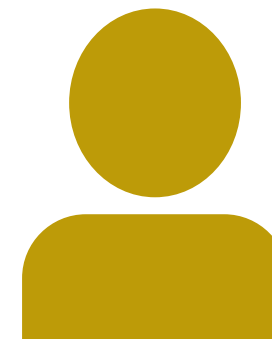


Et 2€ pour les campagnes les plus efficaces.

~~13.7~~ €



2 euros pour les
campagnes les plus
efficaces¹



Merci



A business card for Kevin Caille. It features a central octagonal portrait of a man with short dark hair, wearing a checkered shirt. To the right of the portrait is a vertical stack of three grey rectangular boxes containing contact information. The top box contains the name 'Kevin Caille', the middle box contains the phone number 'Tel.: +33 (0)1 30 74 83 67', and the bottom box contains the email address 'kevin.caille@kantarworldpanel.com'. The card is decorated with white icons: a person icon above the name, a smartphone icon next to the phone number, and an envelope icon below the email address. The card is accented with green L-shaped corner brackets at the top-left and top-right.

Kévin Caille

Tel.: +33 (0)1 30 74 83 67

kevin.caille@kantarworldpanel.com