



OFFRE BUSINESS PARTNER

LA CAMPAGNE À LA PERFORMANCE

SFA Kinedo FRANCE x france.tvpublicité

CONTEXTE :

Reprise de parole après 2 ans d'absence en TV

CIBLES :

Les 50+ (bénéficiaires/prescripteurs)

OBJECTIFS :

Augmenter les prises de rendez-vous
Augmenter la notoriété de la marque

STRATÉGIE MÉDIA :

- ▶ Production de 3 copies par FTP Conseil, en version 55" et 30", sous la forme de témoigniaux, adaptées aux différentes cibles.
- ▶ Diffusion d'une vague de 4 semaines avec une pression de 675GRP en décembre 2019.
- ▶ Optimisation du plan média selon les cibles et les performances enregistrées en drive to web et drive to call.

UN IMPACT POSITIF POUR LA MARQUE SFA Kinedo FRANCE



73%
de couverture
sur la cible individus 50+

17,9M
d'individus 50+
touchés

RENFORCEMENT DE LA POSITION DE SFA SUR SON MARCHÉ

+13pts notoriété assistée de la marque
(exposés vs non exposés)

+16pts gains d'image
(en moyenne vs non exposés)

DES CRÉATIONS APPRÉCIÉES ET BIEN IDENTIFIÉES

84% d'agrément dénotant de la qualité des éléments créatifs

Éléments retenus par le public : la facilité d'installation, la proposition de produits de qualité, l'expertise.

UNE CAMPAGNE EFFICACE SUR TOUS LES LEVIERS

SFA Kinedo
FRANCE



DRIVE TO CALL

X 50 nombre d'appels
vs décembre 2018/Novembre 2019

9-12h la tranche horaire
la plus génératrice d'appels
(+45% vs reste de la journée)

Bénéficiaires cible privilégiée



DRIVE TO WEB

X 62 nombre de sessions
vs décembre 2018/Novembre 2019

17-20h la tranche horaire
la plus génératrice d'appels
(+184% vs reste de la journée)

Prescripteurs cible privilégiée

DES RÉSULTATS BUSINESS AU RENDEZ-VOUS

UN NOMBRE DE RDV 3 FOIS SUPÉRIEUR AUX OBJECTIFS!

Nombre de RDV:

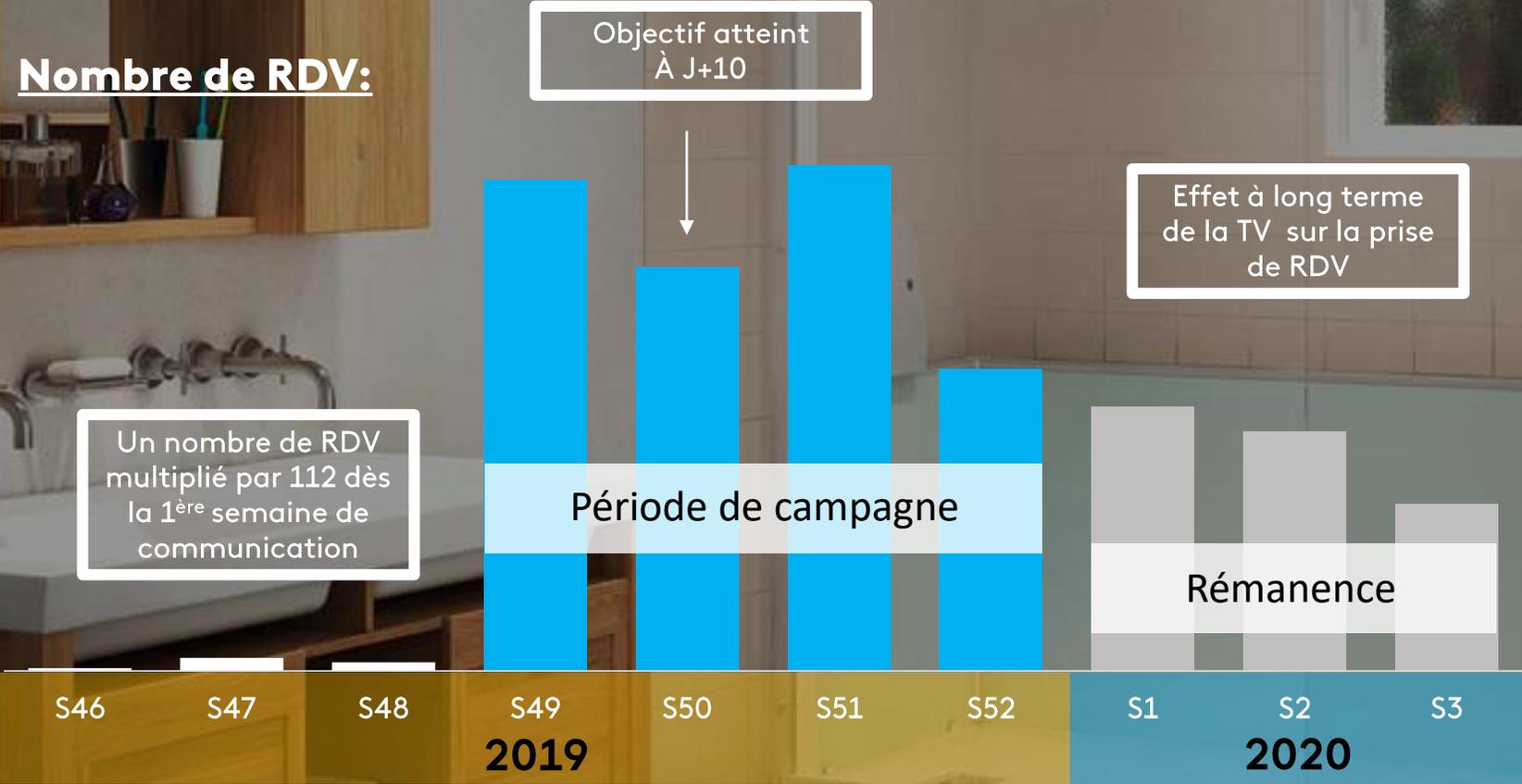
Un nombre de RDV multiplié par 112 dès la 1^{ère} semaine de communication

Objectif atteint À J+10

Effet à long terme de la TV sur la prise de RDV

X 3

Nb de rendez-vous vs objectif



UNE OFFRE PERFORMANTE ET CONVAINCANTE

L'OFFRE BUSINESS PARTNER



Eric MARCHAND
Marketing Director
SFA GROUP

« Kinemagic de Kinedo a développé un concept original de remplacement de baignoire par une douche pour les cibles seniors.

Après 6 ans de communication classique en TV, nous avons décidé de mettre en place un partenariat différent avec France Télévisions Publicité en utilisant à la fois le concept « **La Minute** » et celui de **l'achat à la performance**. Le concept La Minute a permis de travailler en partenariat avec nos clients installateurs et nos clients utilisateurs finaux qui sont les héros de nos films.

Le résultat s'est traduit par des films dont l'authenticité transparaît immédiatement et a remporté **l'adhésion totale en interne et auprès de nos clients**.

L'**accompagnement** de France Télévisions Publicité a été complet, de la conception à la réalisation des films et à l'optimisation du plan média. L'**expertise** de France Télévisions Publicité a été un vrai plus sur les choix créatifs et media.

Les résultats de la campagne ont **dépassé nos espérances** et nous avons donc décidé de **renouveler l'opération** au printemps. »