


group^m

NLogic Étude de Cas

Mieux aider nos clients
à réussir grâce à l'outil
Radtracker

nlogic



A close-up photograph of a hand moving a white chess piece on a chessboard. The background is blurred, showing other chess pieces and a person's face. The image is overlaid with a semi-transparent white box containing text.

“GroupM est persuadé que le fait d’investir dans les données et la technologie aide nos clients à tirer leur épingle du jeu dans un marché extrêmement concurrentiel”

JOAN D’SOUZA

directrice de la recherche chez GroupM

Parlez-nous de votre entreprise

GroupM est le plus important groupe de gestion de placements média au monde avec des ventes de plus de 113,8 milliards de dollars (RECMA 2018). À l'échelle internationale, nous gérons une publicité sur trois. Nous procurons les renseignements nécessaires pour trouver ou créer des audiences profitables, le pouvoir de les mobiliser de la façon la plus efficace et efficiente possible, et la capacité d'obtenir les résultats marketing souhaités.

Quels sont vos défis en matière de radio?

L'industrie des médias devient de plus en plus concurrentielle. Fournir de meilleurs renseignements à nos clients et élaborer des plans efficaces demeurent des priorités. En ce qui concerne la radio, nous savons qu'elle joue un rôle important dans le paysage médiatique canadien. Le taux d'écoute et les dépenses en publicité sont demeurés relativement stables au fil des ans. La radio est encore et toujours la principale source d'accès au contenu audio pour les Canadiens. De plus, la diffusion de musique en continu s'avère complémentaire et ne remplace pas les habitudes d'écoute. Compte tenu de la force du média, il est extrêmement important pour nous d'investir dans des outils pour surveiller comment la publicité radio est planifiée et utilisée pour nos clients et leurs concurrents.



**Radtracker rend notre
planification et nos achats
plus efficaces et efficaces**

JOAN D'SOUZA

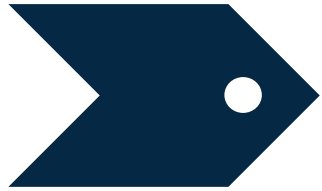
directrice de la recherche, GroupM

Pourquoi avez-vous choisi l'outil Radtracker de NLogic

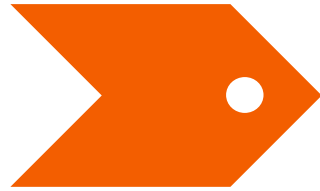
NLogic a fait ses preuves dans le domaine des médias de radiodiffusion et met fortement l'accent sur l'élaboration et le soutien d'outils techniques de pointe pour l'industrie. Nous devons ajouter le logiciel de suivi des publicités radio de NLogic, Radtracker, pour rendre notre planification et nos achats radio plus efficaces et efficients.

Nous voulions aussi un outil qui ne soit pas lourd ou difficile à utiliser. Grâce au logiciel intuitif de NLogic et à la formation offerte, nous savions que nous ne perdrons pas de temps à adopter ce nouvel outil.

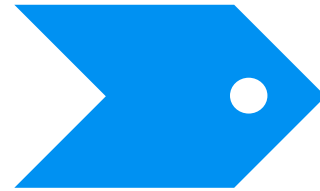
Quel processus avez-vous suivi avec les données pour atteindre votre résultat final?



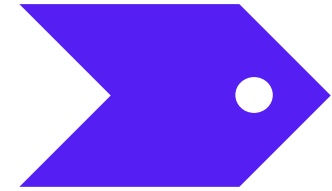
Radtracker a été intégré sans heurts à notre processus de planification



Les données sont mises à jour dans les jours qui suivent la diffusion d'une publicité



Radtracker nous fournit des données sur les stations, les tranches horaires et le nombre de PEB, ce qui nous donne un bon aperçu d'une marque et de la stratégie de ses concurrents



Cela nous aide à planifier et à acheter de façon efficace pour obtenir de bons résultats dans la catégorie

Comment les données vous ont-elles permis de faire progresser votre entreprise?

Les médias traditionnels sont constamment confrontés aux défis posés par le monde numérique. Les mesures n'ont donc jamais été aussi importantes, de même que la capacité de valider l'efficacité et l'efficacité de chaque média.

Le fait d'avoir des données exactes et à jour grâce à Radtracker aide à façonner nos plans média et nos stratégies d'achat et confirme sans équivoque nos capacités.

CONTACTEZ-NOUS POUR EN SAVOIR PLUS 