

PLAN MÉDIA

Le fort potentiel du courrier publicitaire pour vos campagnes de communication

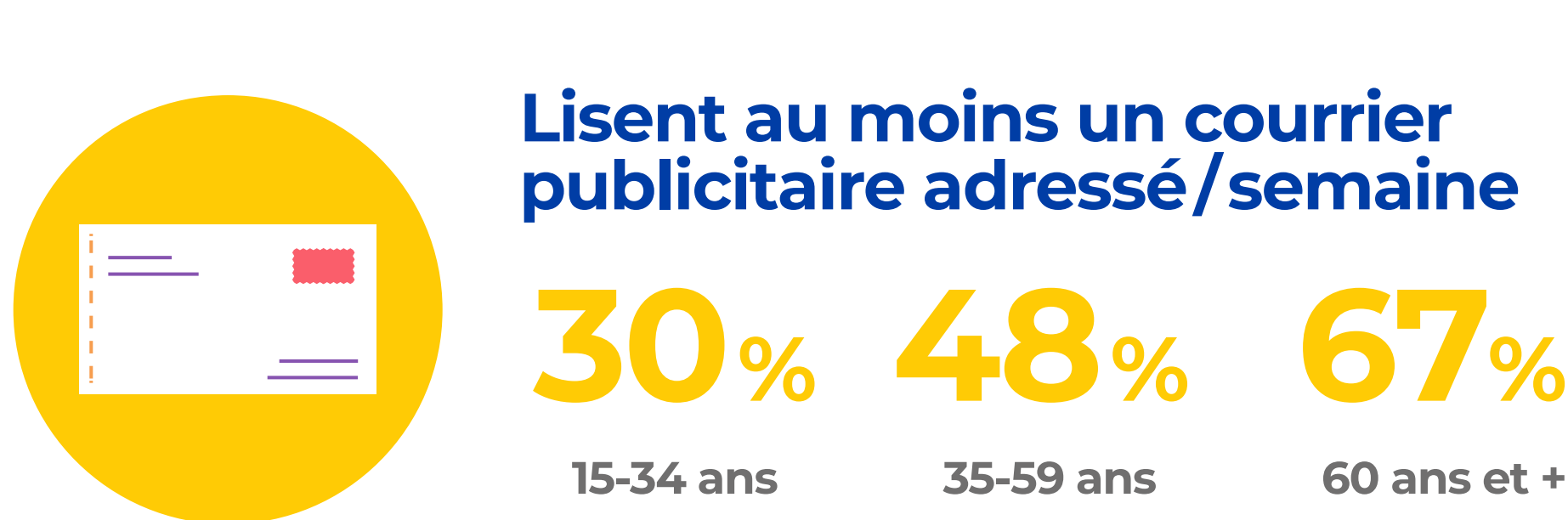
Le courrier publicitaire adressé et l'imprimé publicitaire font partie des courriers lus avec le plus d'assiduité. Mieux : ils génèrent du trafic en magasin et sur internet ! Découvrez leurs atouts pour vous inspirer des annonceurs et agences qui les utilisent dans le cadre de leur plan média.

Communiquer avec le courrier, c'est être lu

Chaque semaine, les Français lisent en moyenne



L'audience est élevée toutes générations confondues et augmente au fil de l'âge



Lisent au moins un imprimé publicitaire adressé/semaine :



Le courrier incite à l'achat !

Il génère du trafic en magasin chez



Il génère du trafic sur internet chez



Premiers secteurs en termes d'audience



Les avantages d'intégrer le courrier dans un plan média



Une mesure précieuse à l'heure des choix médias pour les annonceurs et agences

Depuis 2012, un indicateur de suivi de l'audience du courrier a été créé par le GIE Balmétrie. Mis en œuvre par l'institut IPSOS, il calcule l'audience moyenne hebdomadaire, l'intensité de lecture ou encore les profils socio-démographiques des lecteurs.