

Objectif

Mettre en place une campagne de notoriété avec des créas circonstancielles et un message efficace sur le pack sommeil de Skoda : le premier dispositif pour dormir confortablement en voiture.



Population cible
Ensemble 15+

Période
**17/08 - 29/08
2020**

Camions
40

Un média itinérant et data-driven

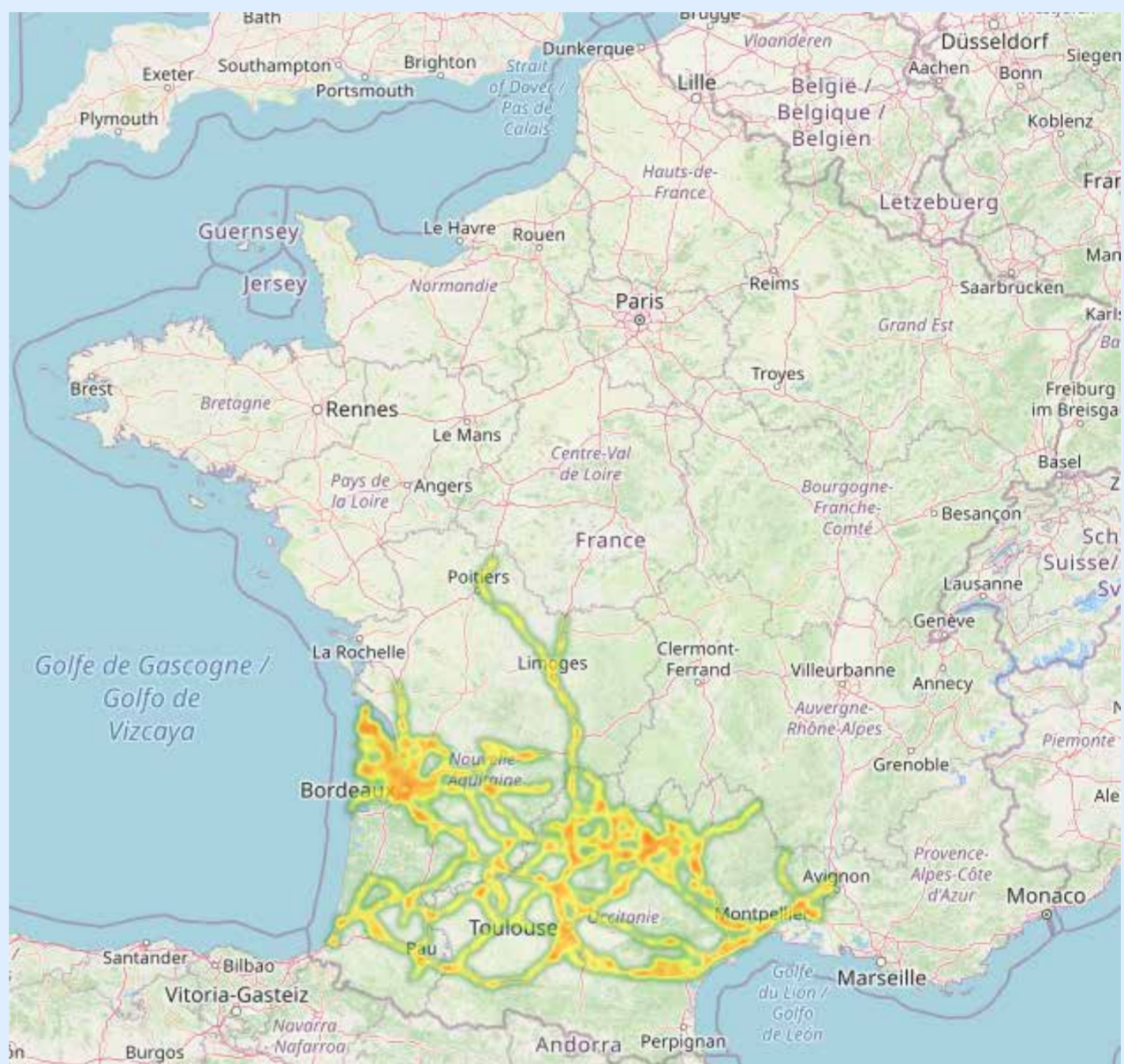
ODV
1 453 727

Audience
1 227 567

Couverture
29%

Répétition
1,2

Population cible
4 173 888



Carte des trajets en Occitanie et Nouvelle-Aquitaine

Un média impactant qui augmente la considération

79 % vs **34 %**
chez les mémos* vs chez les non mémos
ont une **image positive** de la campagne

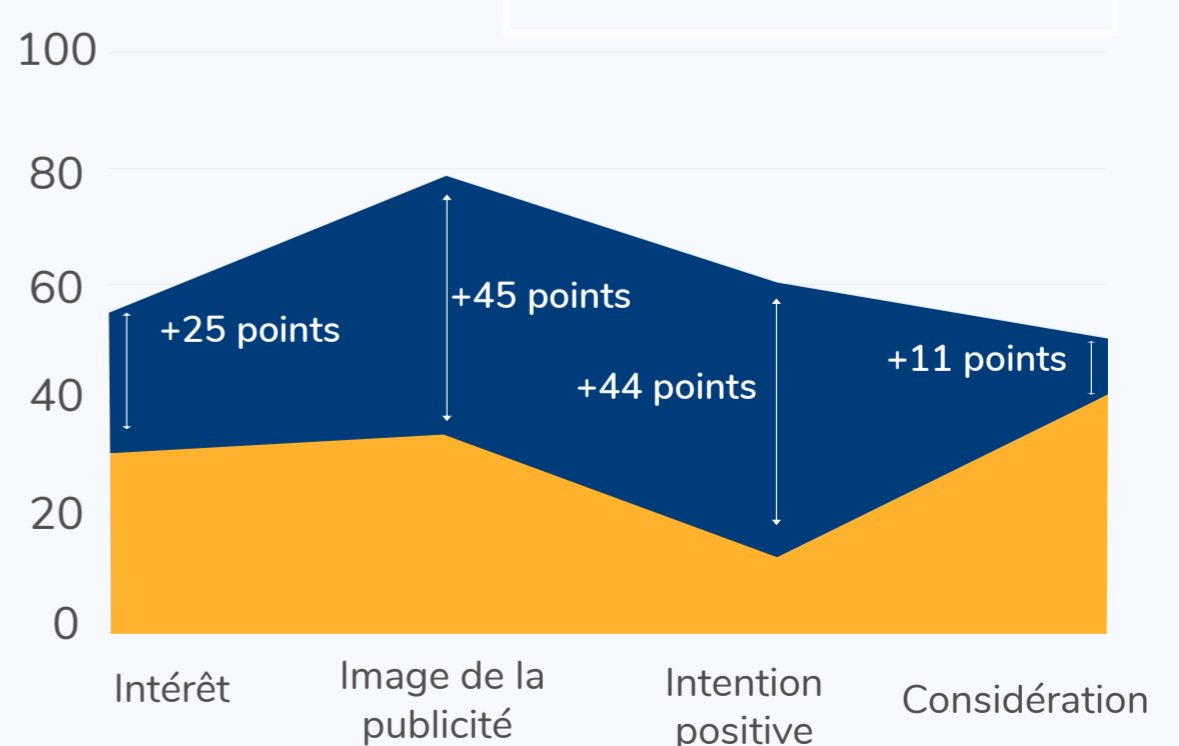
60 %
ont une **intention positive** pour la marque skoda

52 %
de mémos **considèrent** la marque ŠKODA pour leur prochain véhicule

Répartition des KPI's en fonction de la mémorisation

- Personnes n'ayant pas vu la publicité
- Personnes se souvenant avoir vu la publicité

Une campagne efficace qui a augmenté tous les KPI's jusqu'à plus de 3 fois pour les intentions



* Mémos = Personnes se souvenant avoir vu la publicité