

Objectif

Acquérir de nouveaux utilisateurs TER par la promotion sur dos de camions de l'offre intitulée « 1 million de billets à 1€ ». Une campagne qui offre aux automobilistes une alternative à la voiture pour 1€ sur la région Occitanie.




Population cible
Ensemble 15+


Période
**20/07 - 15/08
2020**


Camions
50

Un média itinérant et data-driven



ODV
1 327 489



Audience
974 783

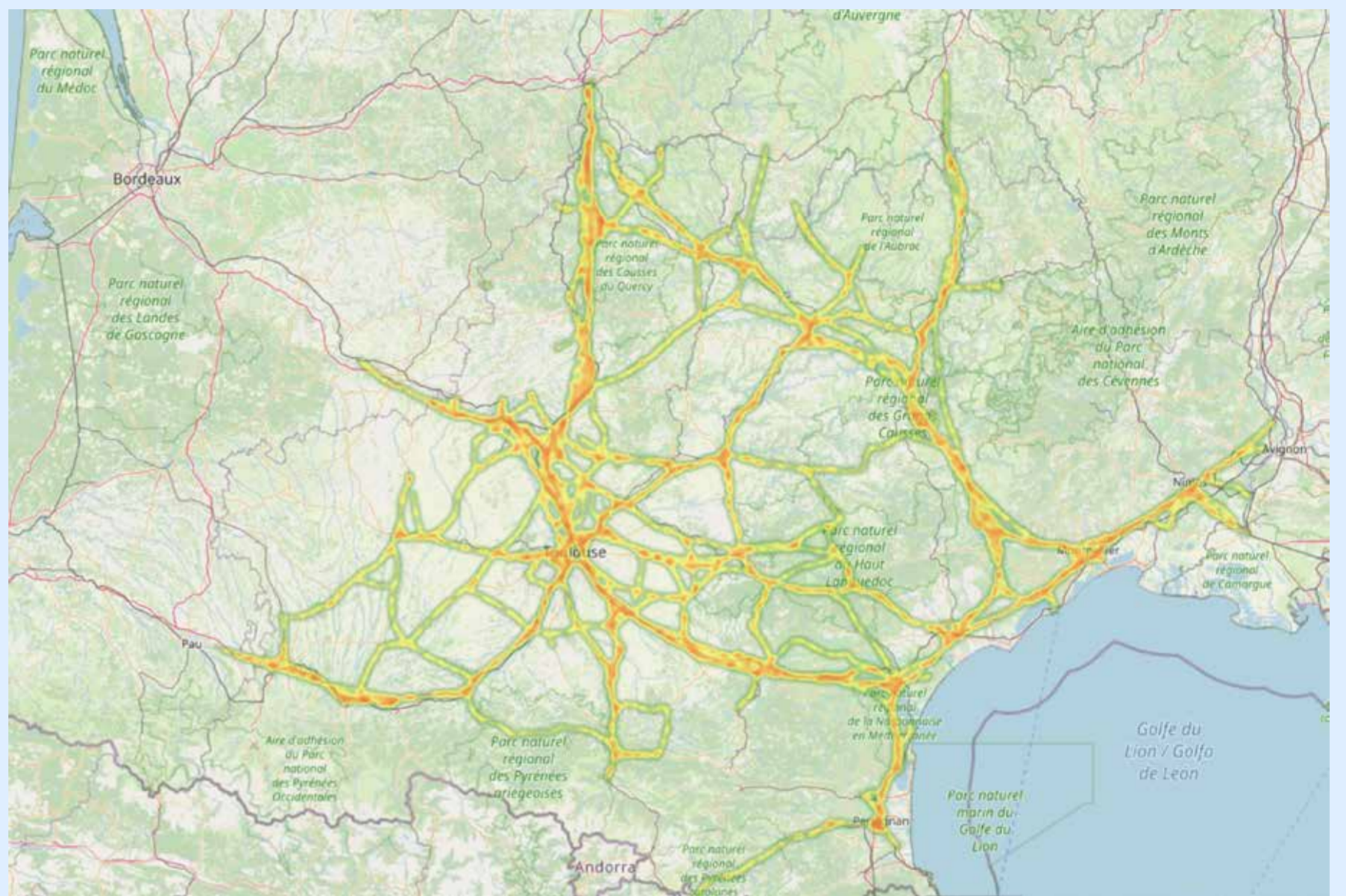


Couverture
48%



Répétition
1,36

Population cible
2 032 670



Carte des trajets en Occitanie

Un média impactant qui augmente la considération

71 % vs **29 %**
chez les mémos* vs chez les non mémos

ont **une intention positive** pour tester un trajet en TER

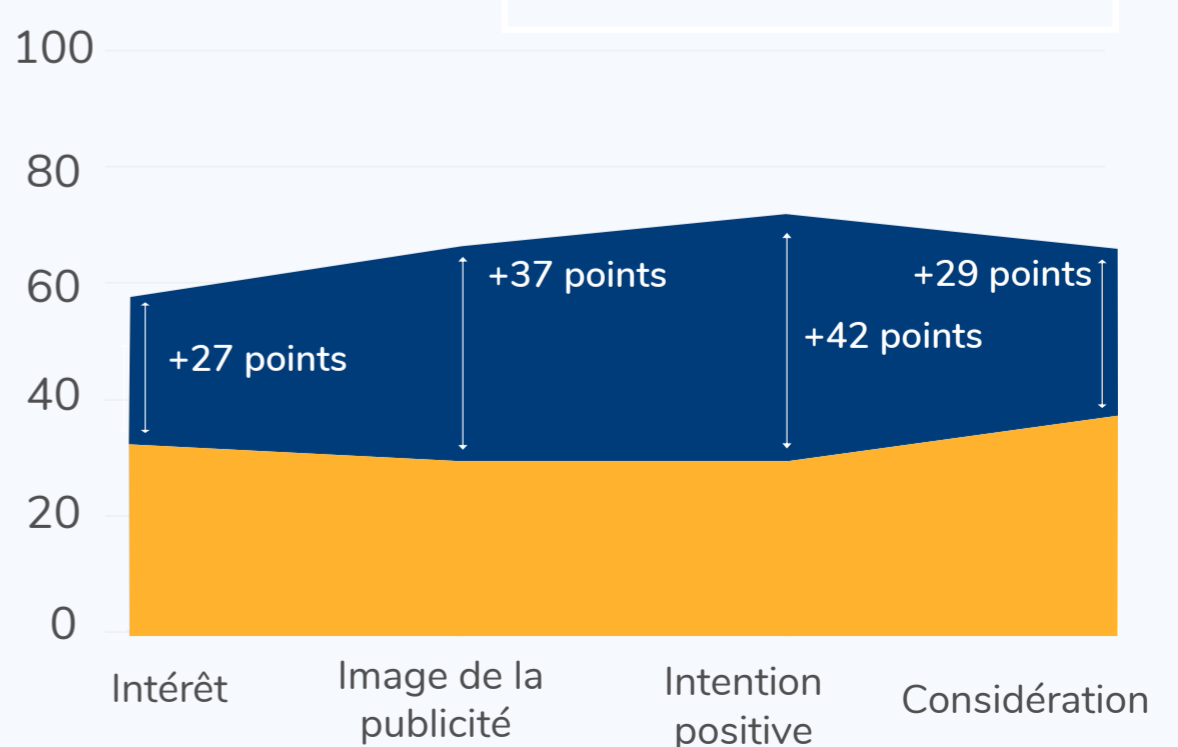
66 %
de mémos ont une **image positive** de la publicité

1,8 x
des mémos **considèrent** 1,8 fois plus un prochain déplacement en TER versus chez les non mémos

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 KPIs jusqu'à plus de 3 fois pour les intentions



* Mémos = Personnes se souvenant avoir vu la publicité