

mediatonic, l'agence média la plus recommandée



Walter Weder
Media.Research.
Group

Walter Weder a été directeur marketing chez Tamedia dans le secteur des magazines et directeur marketing à la NZZ. Il a ensuite été conseiller en marketing et consultant d'entreprise indépendant pendant plusieurs années. En 2002, il a créé Media.Research.Group, qui réalise l'étude annuelle du marché publicitaire. C'est sur la base de cette dernière que sont établis les classements des agences médias et des agences de publicité et que sont attribués les Horizon Medien Awards aux meilleurs prestataires médias et régies médias.

L'analyse des résultats du classement des agences des dernières années était focalisée sur les prestations individuelles des agences médias. Ce n'est guère surprenant. Avec la supériorité dont mediatonic a fait preuve dans l'évaluation de ces prestations, il s'avère toutefois qu'aujourd'hui une excellente évaluation des prestations individuelles ne suffit pas à elle seule pour remporter le classement des agences.

Effectivement, sans un taux de notoriété très élevé et de très nombreuses recommandations de clients et de non-clients, la première marche du podium est inaccessible. Cela s'explique par le fait que, dans ces deux domaines, la fourchette des notes attribuées est beaucoup plus large et qu'il faut beaucoup de temps pour atteindre le sommet du classement.

mediatonic en a également pris conscience. En raison de l'importante extension de son rayon d'action en Suisse alémanique, sa notoriété tout comme le nombre de recommandations reçues ont considérablement augmenté. D'une agence dont les prestations individuelles se voyaient attribuer la note de 10 par beaucoup de clients, c'est devenu une agence qui est connue bien au-delà de sa clientèle effective et est recommandée non seulement par ses propres clients, mais aussi par de nombreux non-clients. Le nombre de ceux qui souhaiteraient collaborer avec mediatonic mais qui ne le peuvent pas pour une raison quelconque a fortement progressé.

Intéressons-nous à présent au potentiel que possède mediatonic. Media.Research.Group mesure le potentiel de croissance au moyen de trois questions auxquelles tous les annonceurs (clients et non-clients) peuvent répondre. L'une des questions concerne l'impression générale qu'ils ont des 20 agences médias évaluées. Les deux autres questions portent sur les agences qu'ils recommanderaient et la notoriété des agences auprès des 750 top-annonceurs.

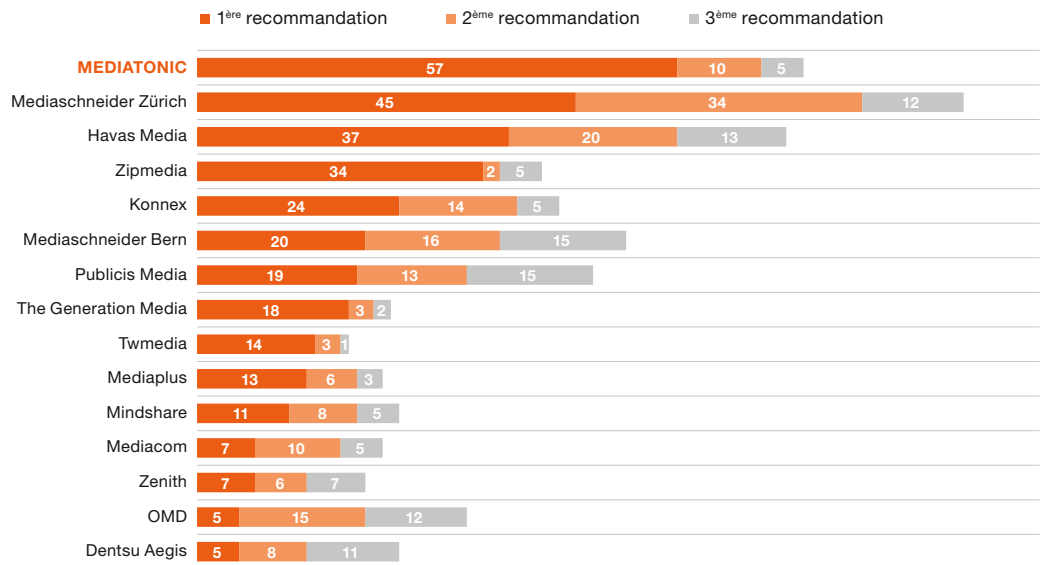
mediatonic en deuxième place pour le taux de notoriété

La question relative à la notoriété permet de connaître la portée des agences médias sur le marché publicitaire. Une agence bénéficiant d'un taux de notoriété élevé aura plus de facilité à étendre son rayon d'action sur ce marché. À l'inverse, les agences qui ne sont quasiment connues que de leurs clients actuels et passés auront plus de mal à en acquérir de nouveaux et à attirer leur attention avec leurs activités.

mediatonic se classe à la deuxième place en termes de notoriété sur le marché publicitaire suisse. Parmi les 750 top-annonceurs, un sur cinq (19%) a déjà entendu parler de cette agence. Seule Mediaschneider obtient un meilleur classement avec 24,2%. Au cours des cinq dernières années, le retard de mediatonic par rapport à Mediaschneider a diminué de 7,0% à 5,2%. Pour arriver en tête, la notoriété de mediatonic sur le marché publicitaire doit atteindre la barre des 25%. Une entreprise difficile, qui est cependant de plus en plus du domaine du possible.

Nombre de recommandations
750 top-annonceurs 2022 – Tri par 1^{ère} recommandation

#1 mediatonic



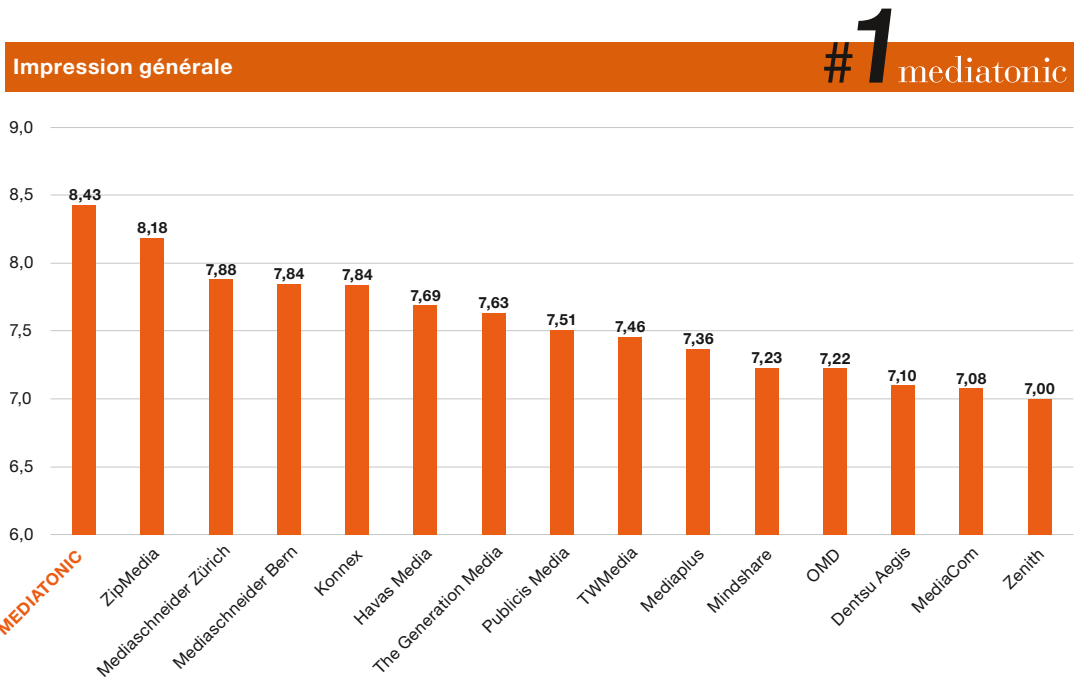
mediatonic reçoit le plus grand nombre de premières recommandations

La question relative aux recommandations qu'une agence reçoit de la part de ses clients, mais aussi de tiers, montre si les annonceurs pensent immédiatement à leur agence lorsqu'on leur demande quelle agence ils recommanderaient à un collègue ou s'ils donnent la préférence à une autre agence. Si le nombre de premières recommandations que reçoit une agence est supérieur au nombre de clients répondant à l'enquête, c'est un indicateur important du potentiel de cette agence.

Pour ce qui concerne les recommandations, mediatonic a déjà atteint le sommet du classement. Il y a cinq ans encore, Mediaschneider avait reçu 57 recommandations, soit beaucoup plus que mediatonic, qui avait dû se contenter de 51 recommandations. En 2022, mediatonic a renversé la tendance.

C'est elle qui a obtenu le plus grand nombre de premières recommandations parmi toutes les agences évaluées: 57 contre 45 pour Mediaschneider. Toutes les autres agences sont classées très loin derrière. Un signe clair que les notes obtenues sur les questions se rapportant au potentiel continueront d'être un bon indicateur des résultats du classement à l'avenir.

En raison de l'importante extension de son rayon d'action en Suisse alémanique, la notoriété de mediatonic a considérablement augmenté.



mediatonic recueille la meilleure note d'impression générale

Il a été demandé aux annonceurs d'attribuer une note d'impression générale aux agences avec lesquelles ils travaillent ou qu'ils connaissent. Depuis plus de 10 ans, mediatonic reçoit la meilleure note d'impression générale. En 2022, sa note est de 8,43 points, 0,55 point devant Mediaschneider. Il y a 5 ans, son avance n'était que de 0,34 point.

Au vu de cette note d'impression générale, mediatonic sera l'année prochaine encore, avec Mediaschneider, l'une des favorites pour la première place du classement des agences médias.

mediatonic, l'agence la plus évaluée par ses propres clients

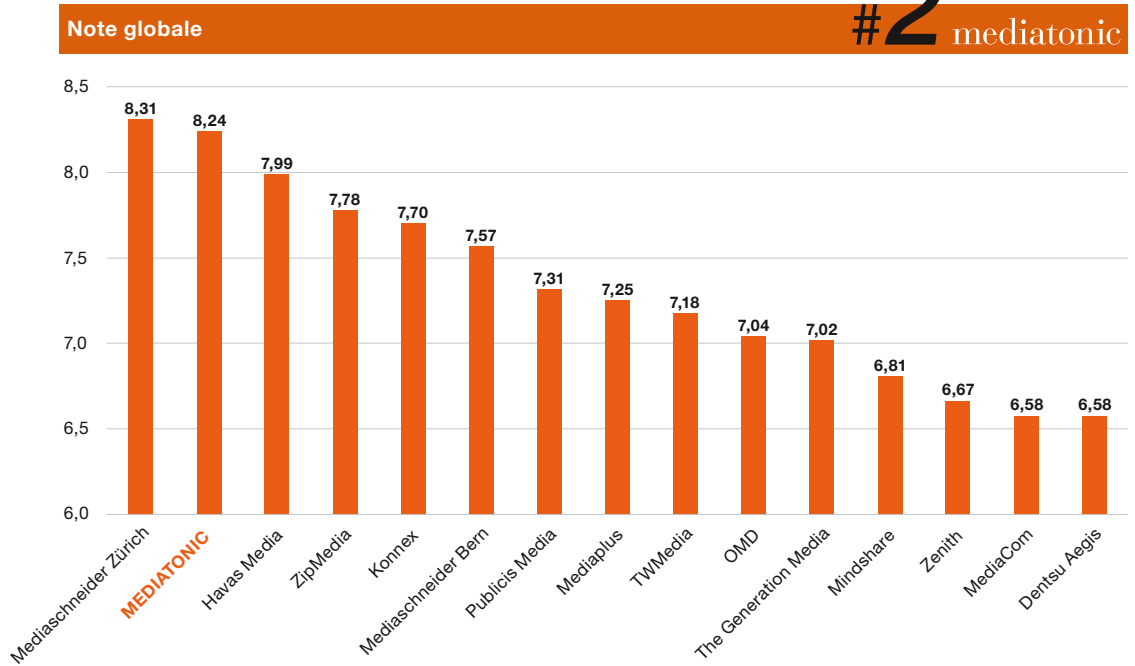
mediatonic ne doit pas son bon classement à une poignée de clients « bien attentionnés ». Bien au contraire. C'est l'agence la plus évaluée par

ses propres clients : 47 cette année. Ils étaient au nombre de 42 il y a un an. Comme l'année dernière, Mediaschneider a été évaluée par 40 clients. Quant à Havas Media, 38 de ses clients ont noté ses prestations, soit 4 de plus que l'an passé. Au total, ces trois agences ont donc été évaluées par 125 clients. Toutes les autres agences (12) ont été évaluées au total par 230 clients. Aucune de ces agences n'a reçu moins de 12 évaluations.

Les clients de mediatonic sont très satisfaits de leur agence médias

Les annonceurs devaient évaluer cinq aspects du travail des agences médias : stratégie, créativité, conseil, achat d'espace et compétence numérique. Pour chacune de ces prestations, mediatonic a reçu une note supérieure à 8,0 points de la part de ses clients. C'est dans le domaine du conseil qu'elle a obtenu sa meilleure note : 9,15. Elle a enregistré sa deuxième meilleure note pour la prestation achat d'espace : 9,09. Enfin, sa troisième meilleure note a été attribuée à la stratégie : 8,91. Les notes de Mediaschneider et de Havas Media dans les mêmes domaines sont nettement inférieures à celles de mediatonic.

Au vu de sa très bonne note d'impression générale, mediatonic sera l'année prochaine encore l'une des favorites pour la première place du classement des agences médias.



Des résultats solidement étayés

Le grand intérêt de cette étude réside dans le nombre important de participants. Cette année, 364 des 750 top-annonceurs y ont pris part, comme les années précédentes. Parmi les participants, 327 (90 %) ont attribué une note d'impression générale à une ou plusieurs agences médias, soit une progression de 39 (13,5 %).

Avec une telle base, le couronnement de Mediaschneider, mediatonic et Havas Media, qui occupent depuis de nombreuses années, toujours dans le même ordre, les trois premières places du podium, n'est donc certainement pas le fruit du hasard.

Dans l'ensemble, les résultats de mediatonic en 2022 sont meilleurs que ceux de l'année passée. mediatonic a ainsi continué d'affermir sa forte position sur le marché publicitaire et incontestablement confirmé son image de partenaire de choix pour les annonceurs, les agences de publicité et les entreprises de médias sur le marché suisse de la publicité.