

Classement média, mediatonic toujours dans le peloton de tête



Walter Weder
Media.Research.
Group

Walter Weder a été directeur marketing chez Tamedia dans le secteur des magazines et directeur marketing à la Neue Zürcher Zeitung. 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 étude que sont établis les classements des agences médias et de publicité et sont attribués les Horizont Medien Awards aux meilleurs prestataires médias et régies médias.

Le classement des agences médias établi par Media.Research.Group chaque année depuis 2003 auprès des 750 top-annonceurs du marché publicitaire suisse dans le cadre de l'étude sur le secteur ne se contente pas de désigner le grand vainqueur et les suivants. Il fournit aussi une mine d'informations intéressantes à partir desquelles est déterminée la note globale.

Les critères de notation avaient été définis à l'époque en concertation avec les agences médias, la presse spécialisée et des représentants d'autres organismes. Depuis, la liste des critères a évolué et s'est enrichie. Dans les premiers classements, par exemple, les participants n'étaient pas explicitement interrogés à propos de la notoriété. La note de notoriété était simplement déduite du nombre d'appréciations exprimées sur l'impression générale. Aujourd'hui, la notoriété est mesurée avec cette question: «Connaissez-vous les agences médias suivantes?» Les personnes interrogées pouvaient choisir parmi les réponses suivantes:

- Je connais bien ce que fait cette agence
- Je connais quelques travaux et/ou clients de cette agence
- Je ne connais cette agence que de nom
- Je ne connais pas du tout cette agence

La dernière modification en date apportée au classement est intervenue il y a trois ans, avec l'intégration de la compétence numérique, un aspect de plus du travail des agences, à la liste des critères d'évaluation.

Le classement se fonde, d'une part, sur des questions permettant à tous les annonceurs de s'exprimer quelle que soit leur relation actuelle avec l'agence évaluée et, d'autre part, sur des questions concernant certains aspects du travail des agences médias auxquelles ne peuvent répondre que les clients de l'agence évaluée ayant eu recours à ces prestations au cours de l'année passée. Le premier questionnaire traduit le potentiel de croissance d'une agence, tandis que le second témoigne de la satisfaction des clients envers leur agence.

Avec Mediaschneider Zürich et Havas Media, mediatonic forme le trio de tête du secteur

Cela fait cinq ans que l'on retrouve chaque année les trois mêmes agences en haut du classement, dans le même ordre. Même si l'avance de Mediaschneider Zürich sur mediatonic n'a cessé de se réduire légèrement pendant cette période, il reste pas mal de travail pour combler le retard restant. La bataille pour la deuxième place mérite toute notre attention. En 2019, Havas Media a réussi à se rapprocher tout près de mediatonic.

mediatonic est l'une des agences médias ayant le taux de notoriété le plus élevé

L'une des clés de la réussite d'une agence dans le classement réside dans sa notoriété. Une agence qui ne serait connue que de quelques-uns – ou pire – que de ses propres clients aura très peu de chance d'atteindre le sommet du classement.

mediatonic arrive en tête du classement dans la catégorie "impression générale"

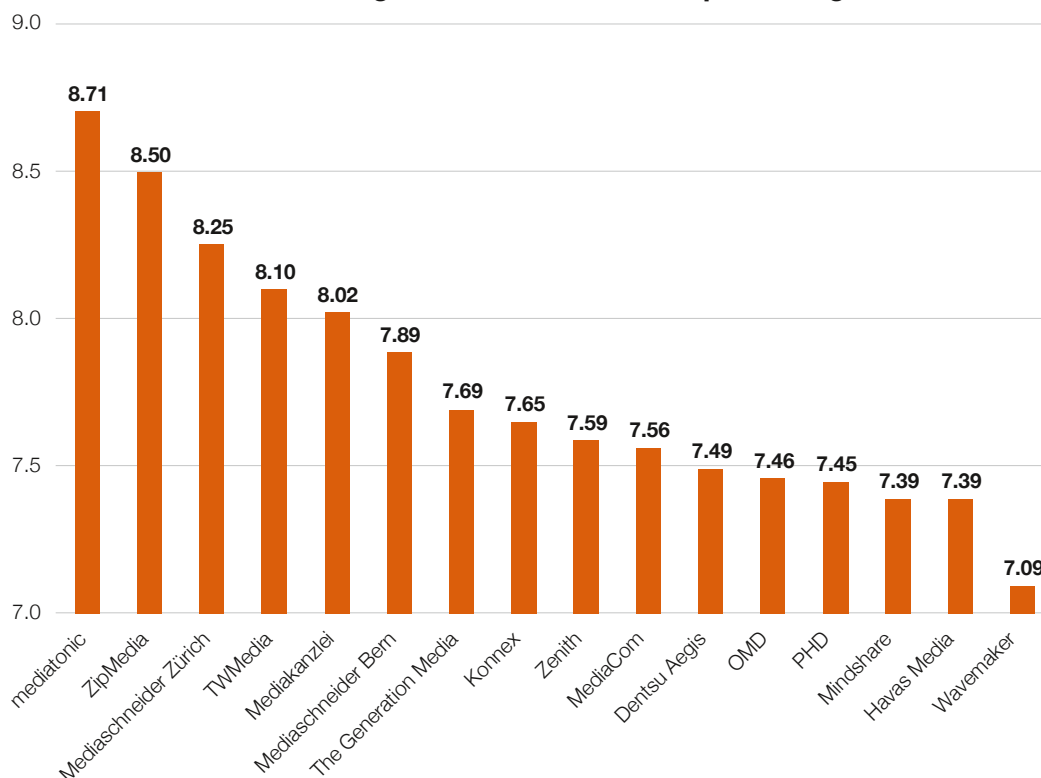
Où se situe mediatonic en termes de notoriété? En 2019, 66 annonceurs ont déclaré avoir déjà entendu parler de mediatonic. En 2015, ils n'étaient que 50. mediatonic a donc le potentiel de renforcer sa position sur le marché, qui est déjà forte. Elle n'est devancée dans ce domaine que par Mediaschneider Zürich, qui enregistre le taux de notoriété le plus élevé auprès de 97 annonceurs, et Havas Media avec 70

annonceurs. OMD est au coude à coude avec mediatonic. Toutes les autres agences affichent moins de 50 réponses.

mediatonic – l'agence média jouissant de la meilleure impression générale auprès des annonceurs depuis plusieurs années

mediatonic occupe la tête du classement dans cette catégorie depuis 2010. Avec une note de 8,71, elle devance largement ZipMedia (8,50) et Mediaschneider Zürich (8,25). Toutes les agences réseau sont à plus d'un point derrière mediatonic. Pour mieux comprendre ces résultats, rappelons que peuvent s'exprimer sur la question de l'image les annonceurs interrogés qui ont déjà travaillé avec mediatonic ou aimeraient le faire mais ne le peuvent pas pour une raison ou une autre ou tout simplement ceux qui ont entendu parler du travail de mediatonic (voir graphique 1).

Classement des agences médias 2019 : impression générale



Graphique 1

mediatonic et Mediaschneider Zürich, les deux agences le plus souvent recommandées

À la question «Quelle agence recommanderiez-vous en premier?», 58 annonceurs répondent Mediaschneider Zürich et 51 mediatonic. Havas Média, la première agence réseau du classement, et ZipMedia recueillent seulement 30 recommandations. La domination est on ne peut plus claire.

mediatonic et Mediaschneider Zürich, les deux agences le plus souvent notées par leurs clients

Les trois agences ayant enregistré les meilleures notes globales ne doivent pas leur bon classement à une poignée de clients «bien intentionnés». Bien au contraire. Ce sont les agences qui ont été le plus souvent notées : Mediaschneider Zürich a été notée par 46 clients, mediatonic par 43 et Havas Média par 26. Il est vrai que c'est beaucoup moins que l'an passé. Pour autant, Mediaschneider

Zürich et mediatonic sont toujours notées par près de deux fois plus de clients que les agences suivantes.

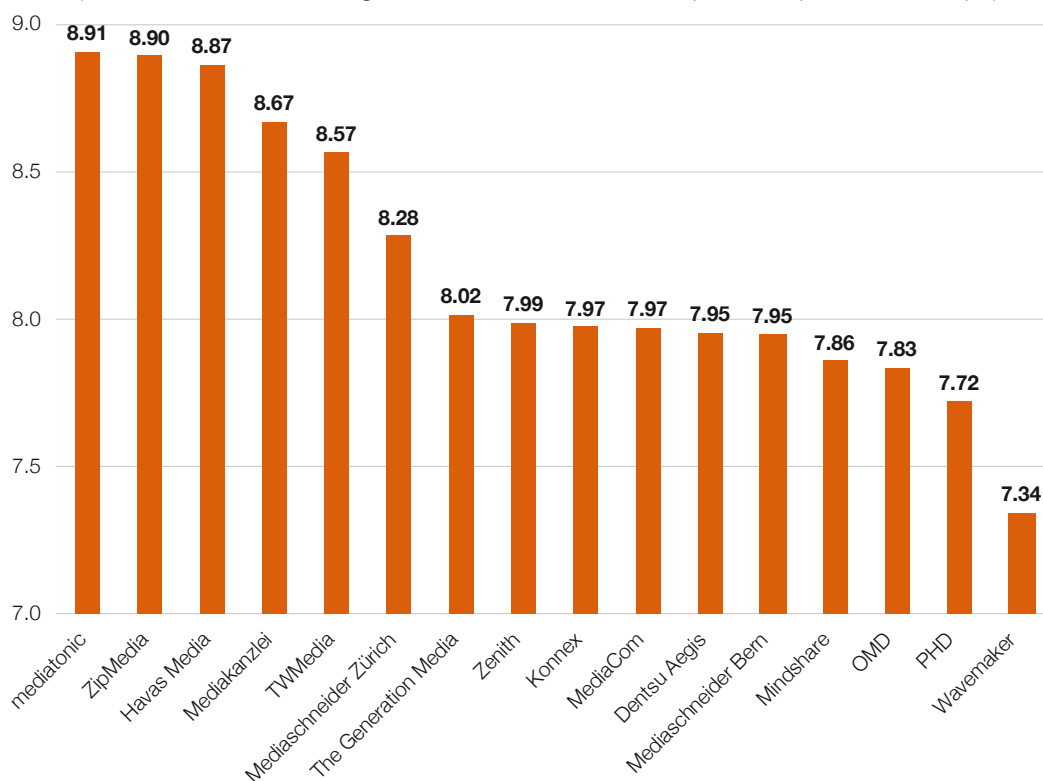
mediatonic est l'agence dont les clients sont les plus satisfaits

Jetons un rapide coup d'œil sur le volet de l'évaluation dans lequel les annonceurs ne peuvent s'exprimer que sur leur propre agence média. Ils sont invités à se prononcer sur les prestations de leur agence dans les cinq domaines suivants : stratégie, créativité, conseil, achat d'espace et compétence numérique. La note moyenne de ces cinq évaluations reflète assez bien la satisfaction globale des annonceurs vis-à-vis de leur agence média (voir graphique 2).

Dans l'ensemble, les résultats de mediatonic peuvent être qualifiés d'excellents et font de mediatonic un partenaire de choix pour les acteurs du marché suisse de la publicité.

Satisfaction des annonceurs vis-à-vis des prestations de leur agence média

(basé sur les notes de stratégie, créativité, conseil, achat d'espace, compétence numérique)



Graphique 2