



**Combien investir en média, selon votre message ?  
Quels médias et quelles combinaisons privilégier ?  
Comment gérer répartition et répétition des contacts dans le temps ?**

**C'est l'analyse détaillée des créations, via le bilan IM!, qui permettra de donner des recommandations opérationnelles sur le dispositif média à mettre en place.**

### La méthode :

- 1) Evaluation des forces et faiblesses des différentes créations à travers une **grille d'évaluation scientifique** de 150 questions issues des sciences cognitives, par un groupe d'analystes cognitivistes.
- 2) Utilisation des résultats des **études théoriques menées sur la mémorisation** :
  - l'apport du visuel par rapport à l'auditif, et la combinaison visuel + auditif
  - la répartition des contacts dans le temps (les schémas à privilégier)
  - l'ordonnancement entre différents médias

### Les résultats :

- **Un diagnostic très précis des forces et faiblesses** des messages
- Des **axes d'optimisation** concrets et opérationnels si les messages ne sont pas définitifs
- Des recommandations concrètes pour l'**élaboration de votre dispositif média**

Pour que chaque euro investi génère des contacts utiles !

**Le résultat pour vous : une campagne que l'on voit, que l'on retient et qui donne envie !**

### Les bénéfices de la méthodologie :

- **Un accompagnement tout en un : l'optimisation du contenu et de la diffusion**
- **Une analyse rapide et économique**

### Les médias étudiés :

TV, Presse, Affichage, Radio, Internet.