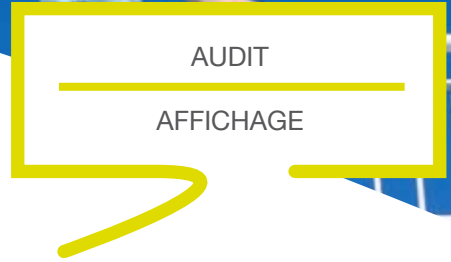




L'institut d'études spécialiste de la communication et de la relation client  
**Le retour gagnant**

Spécialiste de l'optimisation de la performance publicitaire et de la relation client, FEEDBACK accompagne ses clients dans leur recherche de performance et de rentabilité, à travers une approche globale intégrant des outils d'audit qualité, de conseil et d'étude.



## ENJEUX

### L'affichage

Conçu par l'UDA en partenariat avec les afficheurs, le contrôle qualité d'affichage vise à offrir aux annonceurs la garantie d'une qualité optimale de leurs campagnes.

En 2005, ANAÏS, leader français du contrôle qualité d'affichage a rejoint le groupe FEEDBACK. S'appuyant sur près de 15 ans de pratique et sur une expertise forte sur ce média, FEEDBACK vous accompagne dans l'identification de véritables leviers d'actions pour améliorer la qualité de pose de vos campagnes.

## OBJECTIFS

### Optimiser la mise en place de vos campagnes

L'affichage est un média de la rue soumis à de nombreux aléas, qui peuvent favoriser des altérations significatives de votre plan de campagne.

Parmi les principaux facteurs de risques, on dénote généralement :

- > **l'évolution permanente des réseaux** (démontage, réaffectation ou réservation longue conservation des panneaux...),
- > **l'environnement extérieur** (interdits concurrence, météo, travaux, végétation...),
- > **une chaîne logistique complexe**, marquée par l'importance du facteur humain.

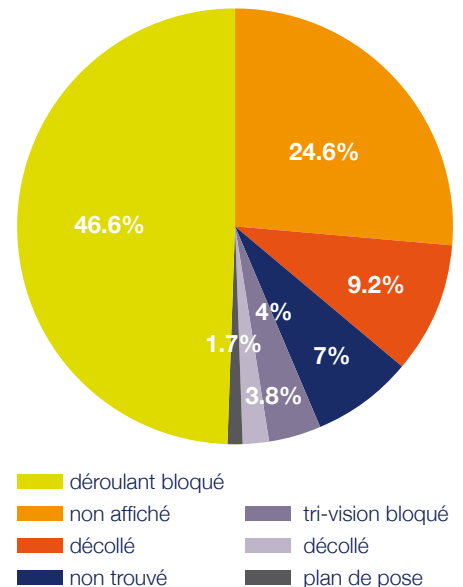
Dans ce contexte, **l'adéquation entre l'achat d'une campagne et sa mise en place n'est plus si évidente**. Les audits qualité sont devenus indispensables pour informer les annonceurs sur la qualité de leurs campagnes tout en exerçant une **pression positive sur leurs prestataires**.

## NOS PRESTATIONS VOUS CONCERNENT

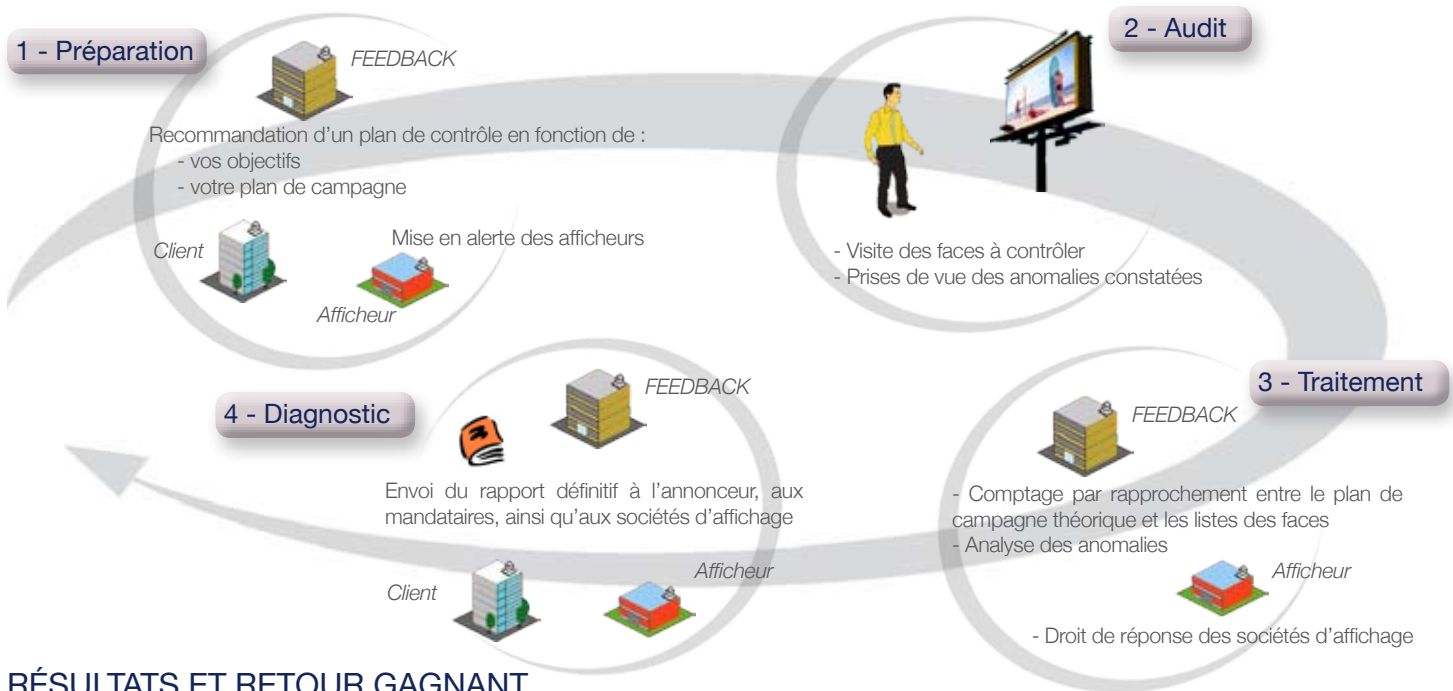
> Vous prévoyez une campagne à un moment stratégique pour votre marque ou votre enseigne :  
La mise en place par FEEDBACK d'un audit ponctuel vous offre la garantie d'une campagne réussie.

> Vous réalisez un nombre important de campagnes dans l'année :  
Avec FEEDBACK, vous mettez en oeuvre un programme régulier d'audits pour maintenir un niveau satisfaisant de qualité.

## APPLICATION



## MÉTHODOLOGIE



## RÉSULTATS ET RETOUR GAGNANT

### Optimisation préventive

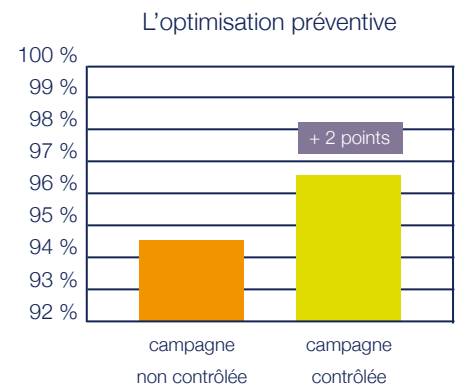
- > **Mise en alerte** des succursales régionales.
  - > **Mise à jour** des bases d'emplacements.
  - > Transparence sur les **incidents de pose**.
  - > Respect de l'obligation d'**entretien** et de la **durée de conservation**.
- La **pression dissuasive** du contrôle **fiabilise** la qualité de pose de votre campagne.

### Optimisation financière

- > En application de la charte UDA-UPE, vous bénéficiez automatiquement de **compensations financières** de la part des afficheurs, calculées au prorata des anomalies rencontrées.
- Vous payez votre campagne au **"juste prix"**.

### Identification de leviers d'amélioration

- > Comparaison de la qualité de pose de vos campagnes par rapport à la moyenne du marché.
  - > Analyse des points forts / points faibles des afficheurs.
  - > Localisation des zones à risques
- Vous disposez d'arguments concrets pour **demander aux afficheurs de corriger les problèmes récurrents** rencontrés.



## CAS CONCRET // SFR

**Problème :** À l'occasion de l'Euro 2008, l'opérateur téléphonique SFR a déployé une campagne d'affichage nationale de grande envergure. Avec plusieurs visuels, déclinés sous différents formats, cette campagne représente un investissement majeur pour la marque à une période véritablement stratégique. C'est pourquoi SFR souhaite réaliser un audit qualité de sa campagne sur l'ensemble de la France.

### Solutions :

- > Se prémunir contre tout accident de pose.
- > Exercer une pression préventive sur les sociétés d'affichage.
- > Acheter la campagne au "juste prix" sur la base des faces réellement affichées.

### Résultats :

- > **Taux de compensation financières supérieur au coût du contrôle** permettant à l'opérateur de réaliser des **économies nettes**.
- > **Taux d'anomalies relevées largement supérieur au taux moyen** par campagne de 2.09 % (taux FEEDBACK).
- > L'utilisation de différents formats et visuels dans des volumes importants multiplie significativement les risques d'anomalies : **mise en place régulière de contrôles sur ce type de campagne**.

