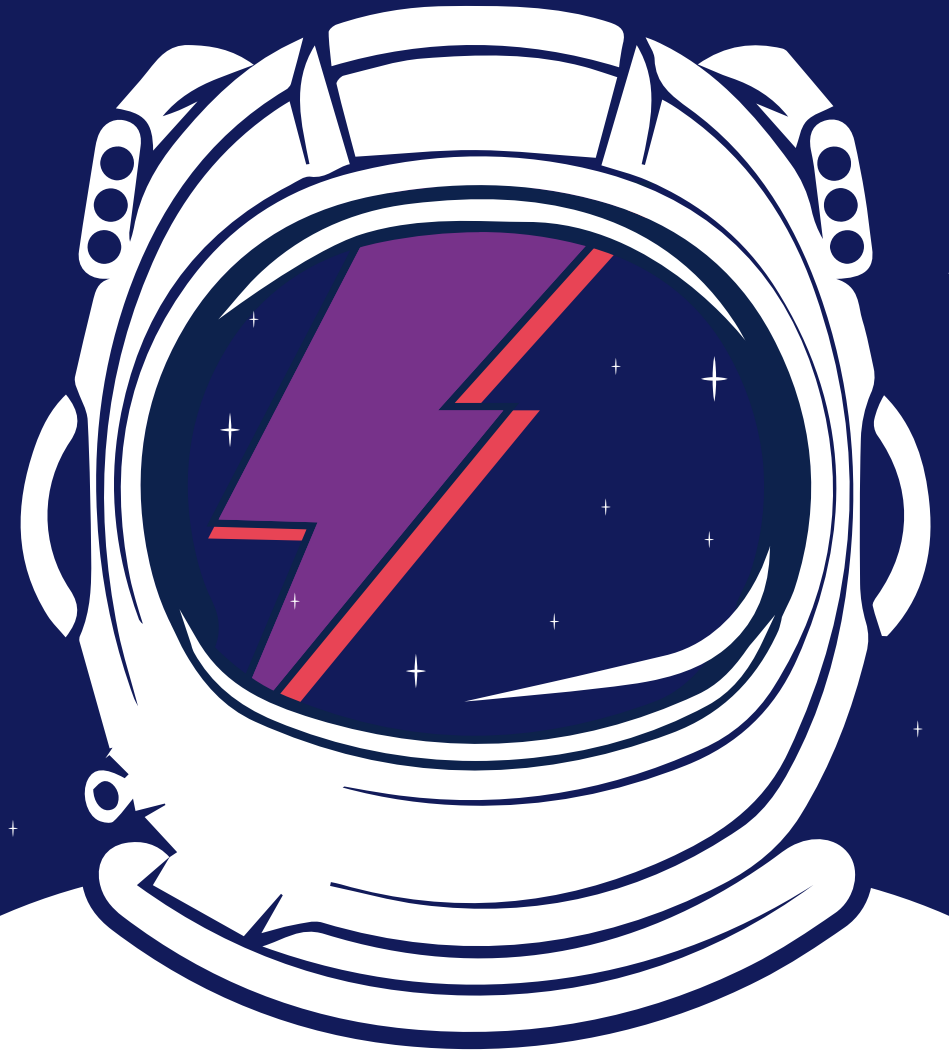


CREATIVE EXCELLENCE

**BOOSTER LES
PERFORMANCES DE VOS
COMMUNICATIONS
GRÂCE À DES ÉTUDES
INNOVANTES ET
VALIDÉES**



“Trouver de idées est facile. Les exécuter est difficile.”

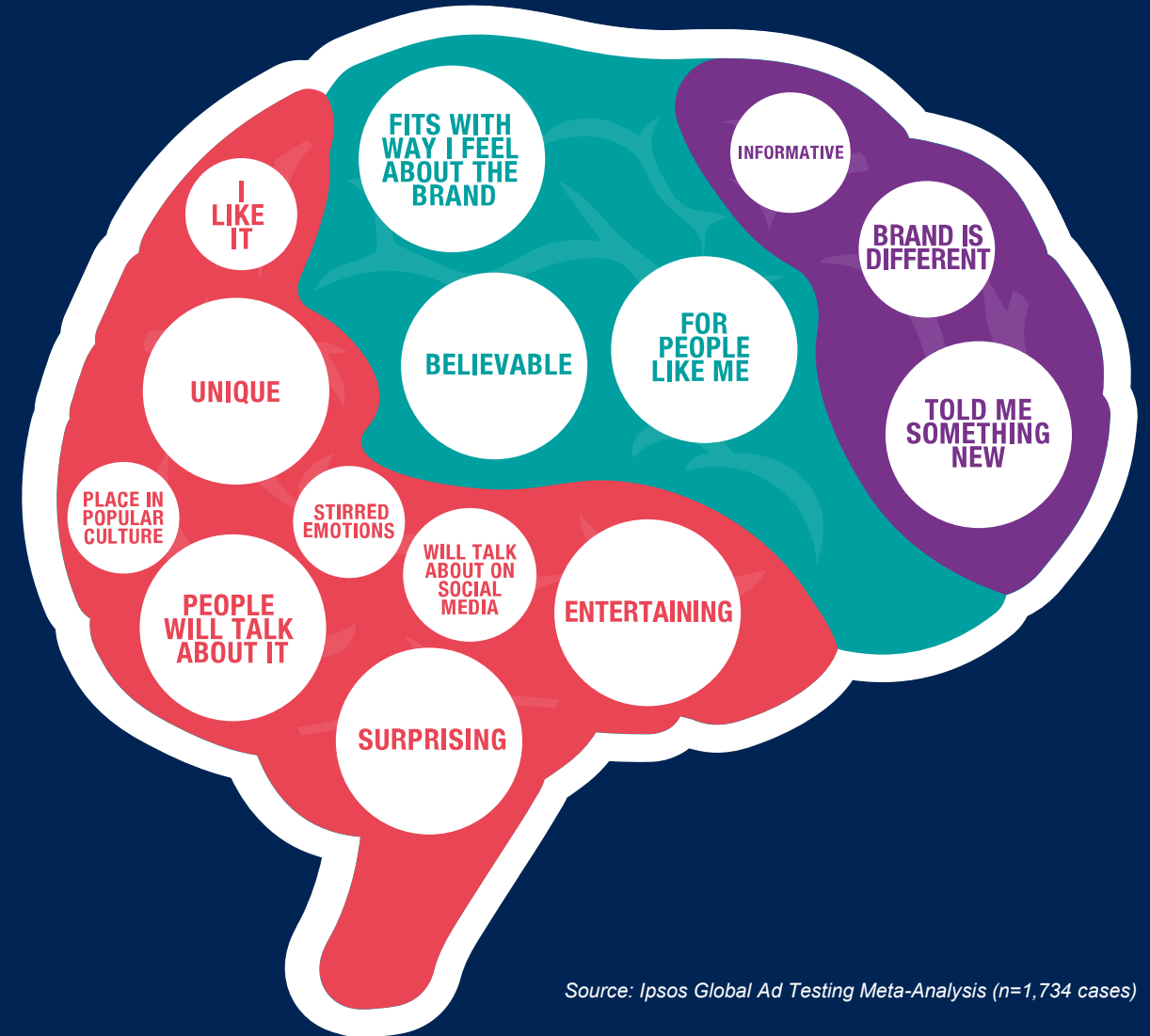


LES PUBLICITÉS CREATIVES RESSEMBLENT À ÇA

CREATIVE EXPERIENCES

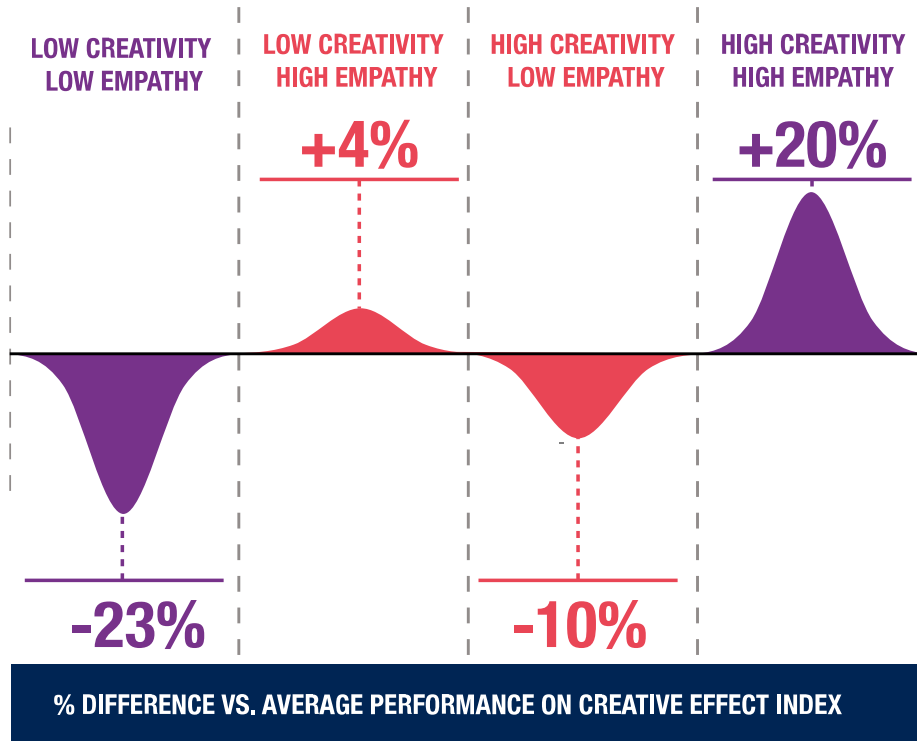
EMPATHY & FITTING IN

CREATIVE IDEAS



Source: Ipsos Global Ad Testing Meta-Analysis (n=1,734 cases)

LA CREATIVITE APPORTE “L EXTRA” DANS L’ORDINAIRE

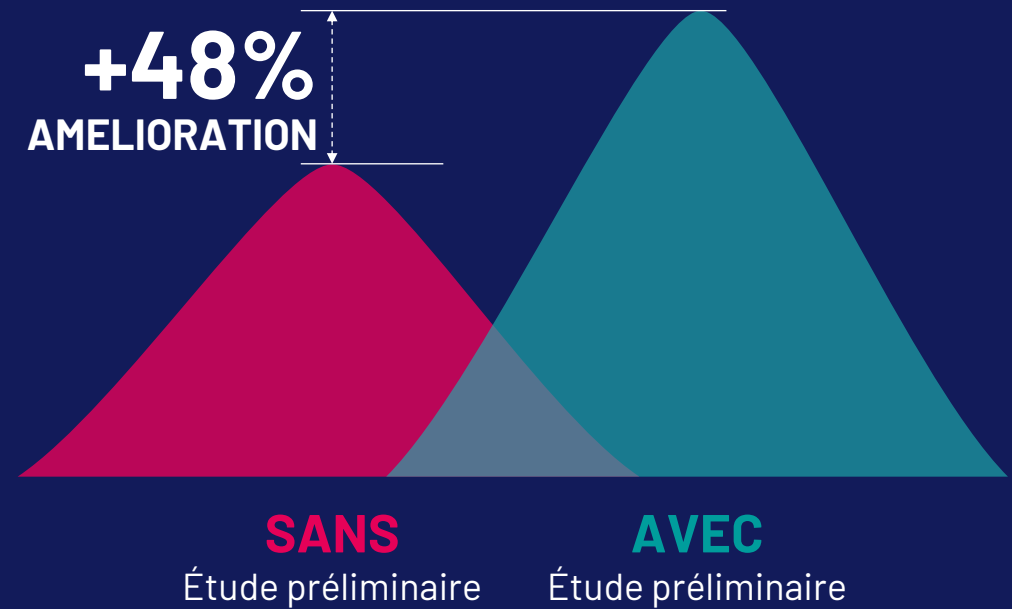


Source: Ipsos Global Ad Testing Meta-Analysis (n=1,734 cases)

Creativity: Creativity experiences & new ideas



La créativité est un
voyage mais un
voyage qui peut faire
la différence
commence **TÔT** et se
fait **ENSEMBLE**.



Brief créatif client



Stratégie de
communication



Pistes créatives



Production



Live

TERRITOIRE

IDEE

HISTOIRE

ASSETS





Pour nourrir la créativité,
une équipe Ipsos
engage vous
accompagne tout au
long de votre réflexion
grâce à des études
innovantes.



Tirer le Meilleur parti de votre exploration créative

CREATIVE|LABS

EXPLORE

Explorer une idée initiale mouvante et explorer des voies possibles en tirant parti des informations en temps réel sur le public afin de s'aligner sur la meilleure plateforme créative, dans le cadre d'un atelier collaboratif et sécurisé organisé le jour même.

CREATIVE|SPARK

OPTIMIZE

Evaluer rapidement la publicité en contexte et l'améliorer (video, digital, OOH, print finalisés). Avec humains ou AI.

CREATIVE|IMPACT

LAUNCH & MONITOR

Mesurer, agir et apprendre pour optimiser les performances de la campagne (media et creative)

Brief créatif client



Stratégie de communication



Pistes créatives



Production



Live

TERRITOIRE

IDEE

HISTOIRE

ASSETS

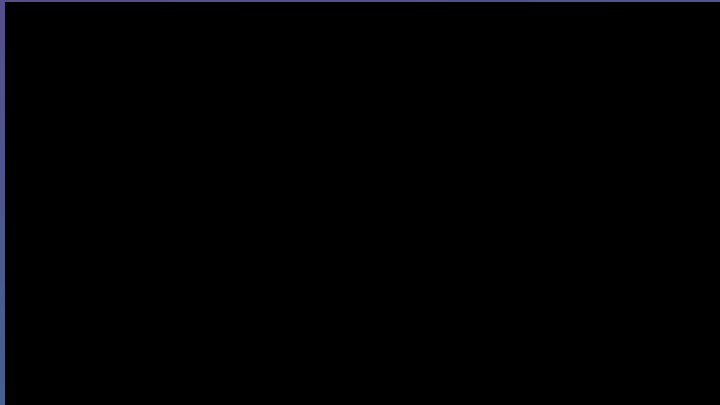
CREATIVE|LABS

Une EXPLORATION

quantitatif en temps réel pour
· identifier la piste creative à
développer

CREATIVE LAB : 3 ÉTAPES EN 1 JOURNÉE

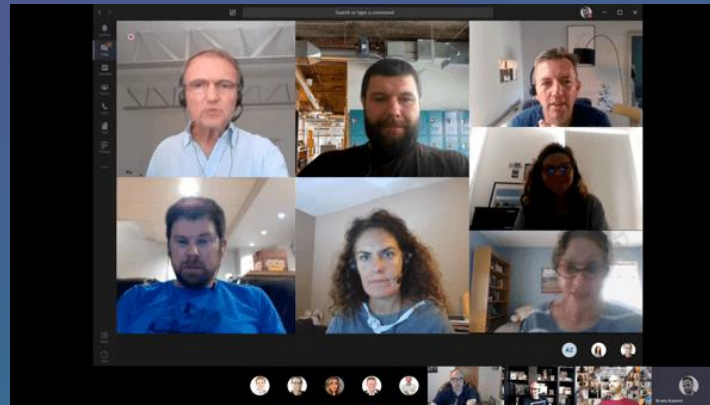
1. Sessions Quanti



30 à 45mn
30 à 150 personnes



2. Groupes Quali online



60 à 90mn
4-6 personnes



3. Live Debrief



60 mn
Debrief client



Salle Virtuelle Client
Teams Meeting

Trois forces qui rendent les Labs uniques

1

Evaluer le potentiel

de chaque piste dans le moment présent, selon les perceptions actuelles de la marque à l'aide d'une analyse avant-après. Rendre la piste créative Misifts.

Main KPIs	Live to the fullest	Change is in your nature
Purchase Intent Score – T2B	-7	0
Definitely - TB	0	+3
Performance Score – T3B	-2	+2
Perfect – TB	+5	+7
Closeness Score – T3B	+7	+11
As close to the brand as I could be – TB	+8	+10

2

Exploration qualitative réelle

pour approfondir les forces et les opportunités de chaque piste, auprès de répondants sélectionnés et en utilisant les données quantitatives, pour une enquête approfondie et précise.



3

L'analyse et le débrief en direct le jour même alimenté par l'IA

offrent une transparence et une recherche exploratoire rapide, afin d'aligner toutes les parties prenantes et de progresser ensemble dans le cadre de cet atelier.



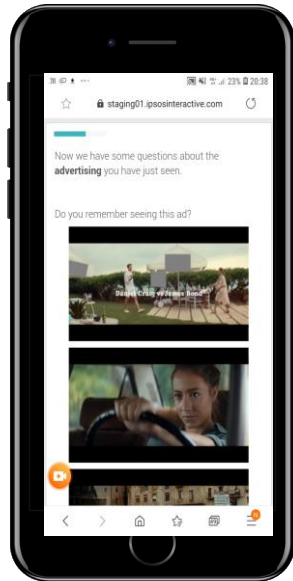
CREATIVE | SPARK

MESURER LES PENSEES,
SENTIMENTS ET
EMOTIONS

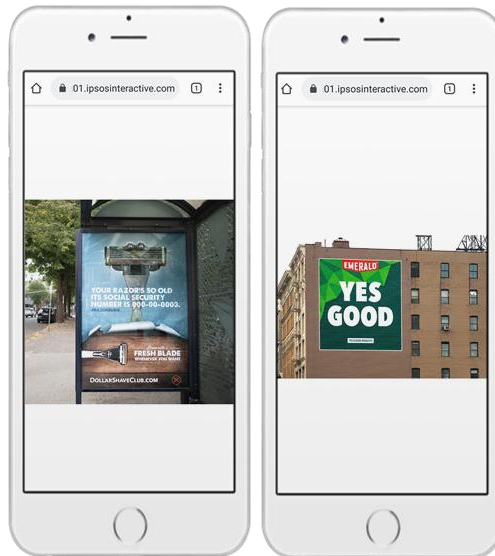
Pour évaluer rapidement le
potentiEl d'une création

CREATIVE SPARK EST ADAPTÉ À TOUS LES STIMULIS

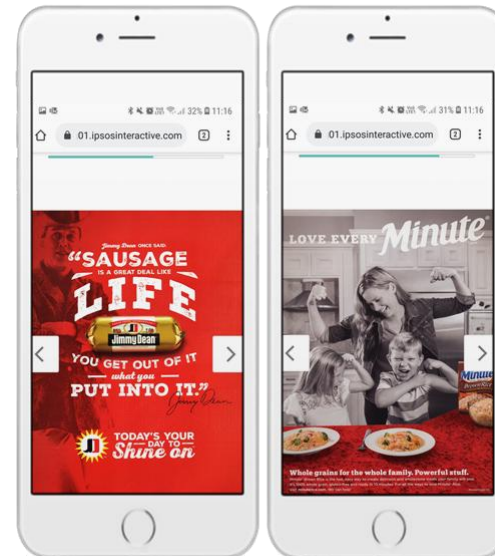
Le contexte est clé pour mesurer et comprendre la performance des publicités



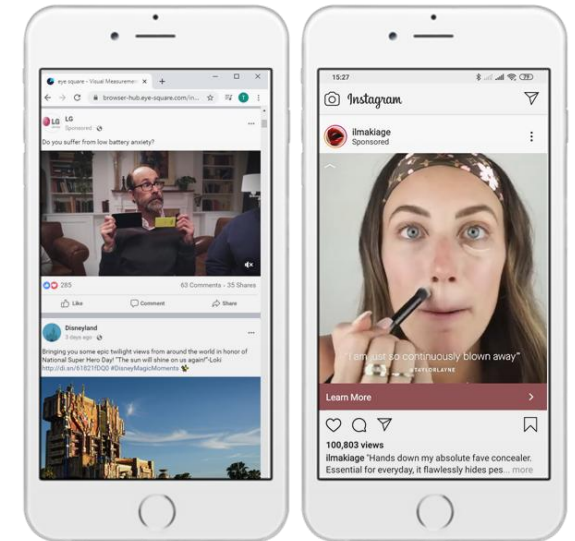
TV



OUT OF HOME



PRINT



DIGITAL

facebook Instagram TikTok

YouTube inSite

CREATIVE | SPARK

UNE APPROCHE HOLISTIQUE
pour une compréhension complète
des consommateurs, captée avec les
dernières avancées scientifiques



THOUGHTS

Les choix comportementaux que nous faisons, basés sur nos expériences passées



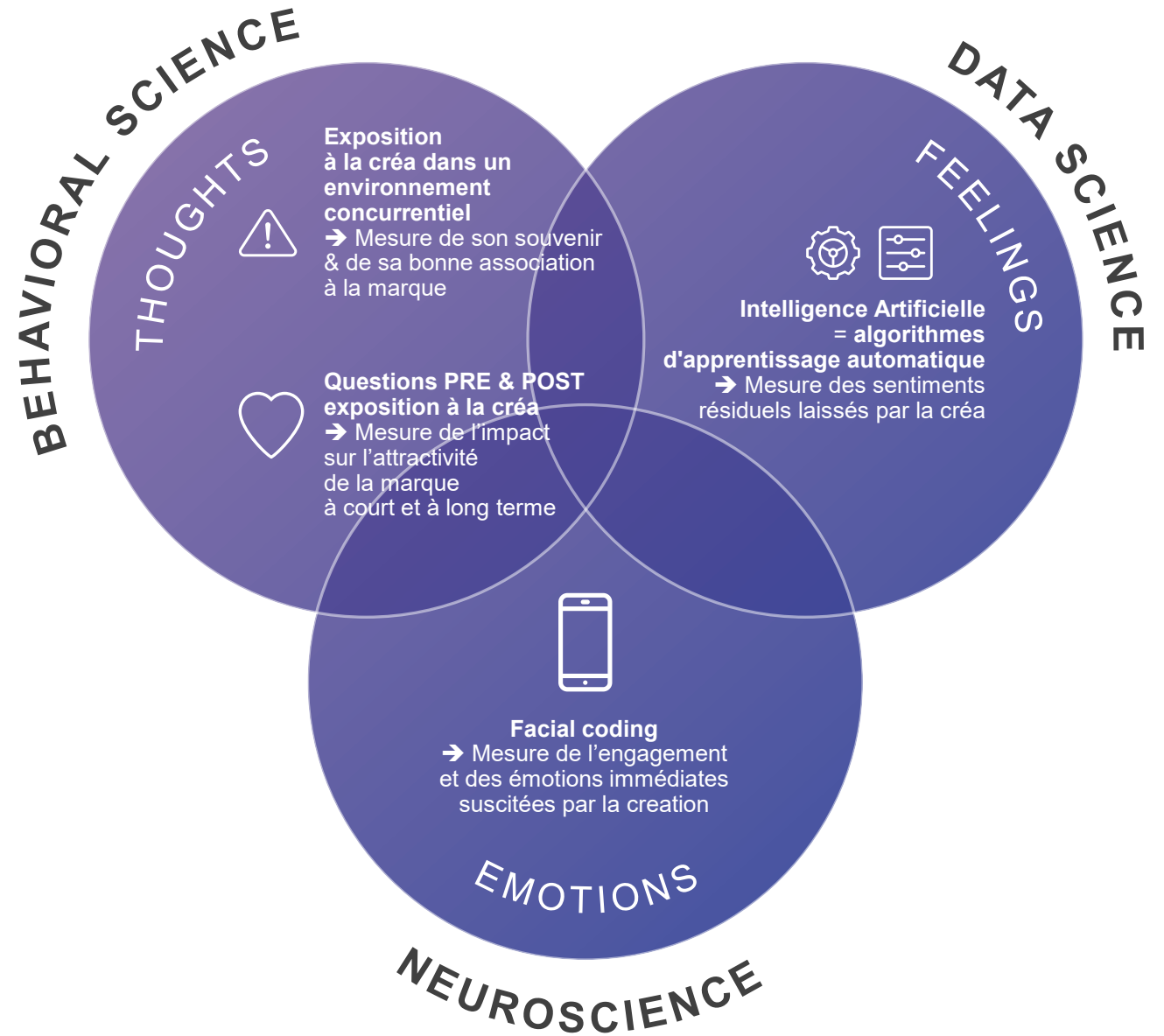
FEELINGS

Le souvenir spontané, les sentiments déclenchés après une exposition



EMOTIONS

Les émotions non conscientes immédiates suscitées par une publicité



CREATIVE | IMPACT

MESURER, AGIR ET APPRENDRE

Pour optimiser vos performances de
campagne

FLEXIBILITÉ ET HYBRIDATION POUR UNE COMPRÉHENSION TOTALE

- Le module core pour établir le bilan
- Les modules média, créatif, social pour comprendre et optimiser



MERCI ●