

Paris, le 05 juillet 2010  
COMMUNIQUE DE PRESSE

## **Omnicom Media Group a choisi de s'associer à Publicitest pour pré-tester les publicités de ses clients**

### *Exemple d'une campagne pour La Poste*

[Publicitest.com](http://Publicitest.com) est une plateforme de test de publicités, lancée par [Weballwin](http://Weballwin.com), qui permet aux annonceurs et aux agences de prédire l'efficacité de leurs campagnes en moins de 24 heures.

**La Poste, dans le cadre de son offre So Colissimo, a lancé une campagne de communication web à la fin du mois de juin. Pour assurer la réussite de sa campagne, La Poste a demandé à Omnicom Media Group de pré-tester ses bannières Web.**

**Pour cela, Weballwin a développé une nouvelle technologie de testing de publicités, Publicitest.com, permettant d'anticiper l'image et la performance d'une campagne publicitaire en moins de 24 heures.**

Ici, La Poste souhaite tester **deux bannières web sur 2 sites internet** : [lemonde.fr](http://lemonde.fr) et les [echospme.fr](http://echospme.fr). Avec Publicitest, nous reproduisons en temps réel le site web du [monde.fr](http://monde.fr) et nous positionnons les bannières La Poste dans leur contexte d'apparition. En un clic, nous obtenons l'aperçu du rendu.

**Un panel représentatif de 250 personnes**, cadres et dirigeants d'entreprise, a testé ces publicités en conditions réelles. A la fin de la visualisation, ils ont répondu à 4 questions posées par la Poste.

**Avec Publicitest, annonceurs et agences bénéficient de « retour consommateur » en moins de 24 heures. Ils justifient des choix stratégiques et artistiques par des données statistiques fiables.** Publicitest mesure et anticipe la qualité graphique des créations, la compréhension du message, la notoriété, l'opportunité d'achat d'espace publicitaire et la performance des campagnes.

Weballwin dispose d'équipes spécialisées dans l'analyse publicitaire, les méthodes d'échantillonnage, les panels et modélisations mathématiques permettant de prédire la performance des publicités Web, mobile et TV.

**Raphael Aflalo, directeur général d'Omnicom Media en charge du digital, donne son avis sur ce nouveau service :** « Dans le cadre du lancement de la poste « So Colissimo », il était indispensable d'identifier la perception et la compréhension de cette offre à travers les créations co-brandée la Poste/ Vente-privee.com. Publicitest.com nous à permis d'avoir un retour complet avec analyses de la compréhension de l'offre , adhésion, qualité de la création et améliorations possibles et anticipation de l'efficacité, le tout accompagné de recommandations opérationnelles d'optimisations. »