



nlogic

NLogic Étude de Cas

Publicis Media s'adapte à
la COVID-19 avec Lens
pour la télé

Un survol des changements récents dans l'industrie

La pandémie de la COVID-19 a radicalement changé le paysage médiatique canadien. Du report des Jeux olympiques à la suspension des sports en direct, en passant par l'appétit accru pour les programmes d'information, il n'a jamais été aussi urgent de suivre le rythme de nos auditoires télévisés.

Au sein de Publicis, la demande de suivi de diffusion a explosé lorsque la pandémie a frappé. Nous devons informer quotidiennement nos clients sur l'évolution rapide des comportements de consommation tout en prédisant les tendances futures pour une planification à plus long terme.

Le défi

Il est important pour l'équipe de recherche de Publicis de travailler de manière holistique avec nos équipes de comptes, et à ce titre, nous voulions les doter de connaissances de première main afin qu'ils puissent mieux conseiller les clients sur les stratégies médiatiques en télévision durant cette période instable.

Notre plan était d'envoyer une mise à jour hebdomadaire, à toutes nos équipes de comptes, sur la consommation télé pendant toute la durée de la pandémie. Nous voulions qu'ils disposent des dernières données sur plusieurs groupes cibles, affichées de différentes manières, et ce, dans tous les principaux marchés. Nous voulions également que les équipes de planification aient la possibilité d'ajuster facilement les rapports en fonction des besoins spécifiques de leurs clients.

Avant la COVID-19, Publicis Media Canada accédait à toutes les données d'audience de la télévision à partir d'un logiciel d'analyse. Une fois que la pandémie a frappé et que nous avons commencé à travailler à domicile, il était devenu plus difficile travailler en raison de notre installation en réseau. À mesure que la fréquence des demandes de rapports augmentait, il est devenu de plus en plus difficile de suivre le rythme avec notre transition vers une main-d'œuvre travaillant à distance combinée au manque d'accès à certains lecteurs réseau.



Vous n'avez pas idée à quel point Lens pour la télé va me faciliter la vie.

**Superviseur des investissements,
Publicis Media**

La solution: Lens pour la télé

NLogic nous a contactés dès que la pandémie a sévi et nous a proposé une solution: Lens pour la télé. Nous n'avions pas envisagé sérieusement l'utilisation d'autres produits pour les données d'auditoire télé. Durant cette période, nous avons trois préoccupations concernant le passage à une nouvelle plate-forme :

- 1) Quel serait le délai avant que nous puissions y avoir accès?
- 2) Combien de temps faudrait-il pour que les utilisateurs soient formés sur la nouvelle plate-forme ?
- 3) Quel type d'investissement cela nécessiterait-il si nous n'avions pas accès à ce produit à long terme ?

En un jour ouvrable, NLogic a été en mesure de nous donner l'accès à la plate-forme et a fourni des documents et des vidéos sur le produit ainsi qu'une formation virtuelle 1:1 à notre chargé de comptes qui a ensuite pu former tous nos utilisateurs. NLogic a travaillé avec nous au moment de renouveler notre abonnement au produit, afin de s'assurer que Lens pour la télé serait désormais disponible sans interruption de service.



Intégration fluide du produit

Tout au long du printemps et de l'été, NLogic nous a fourni un accès temporaire à Lens pour la télé, qui nous a permis d'avoir des heures de pratique tout en réduisant le temps passé à extraire des données et ainsi, accroître la connaissance de nos équipes de planification dans la production de rapports.

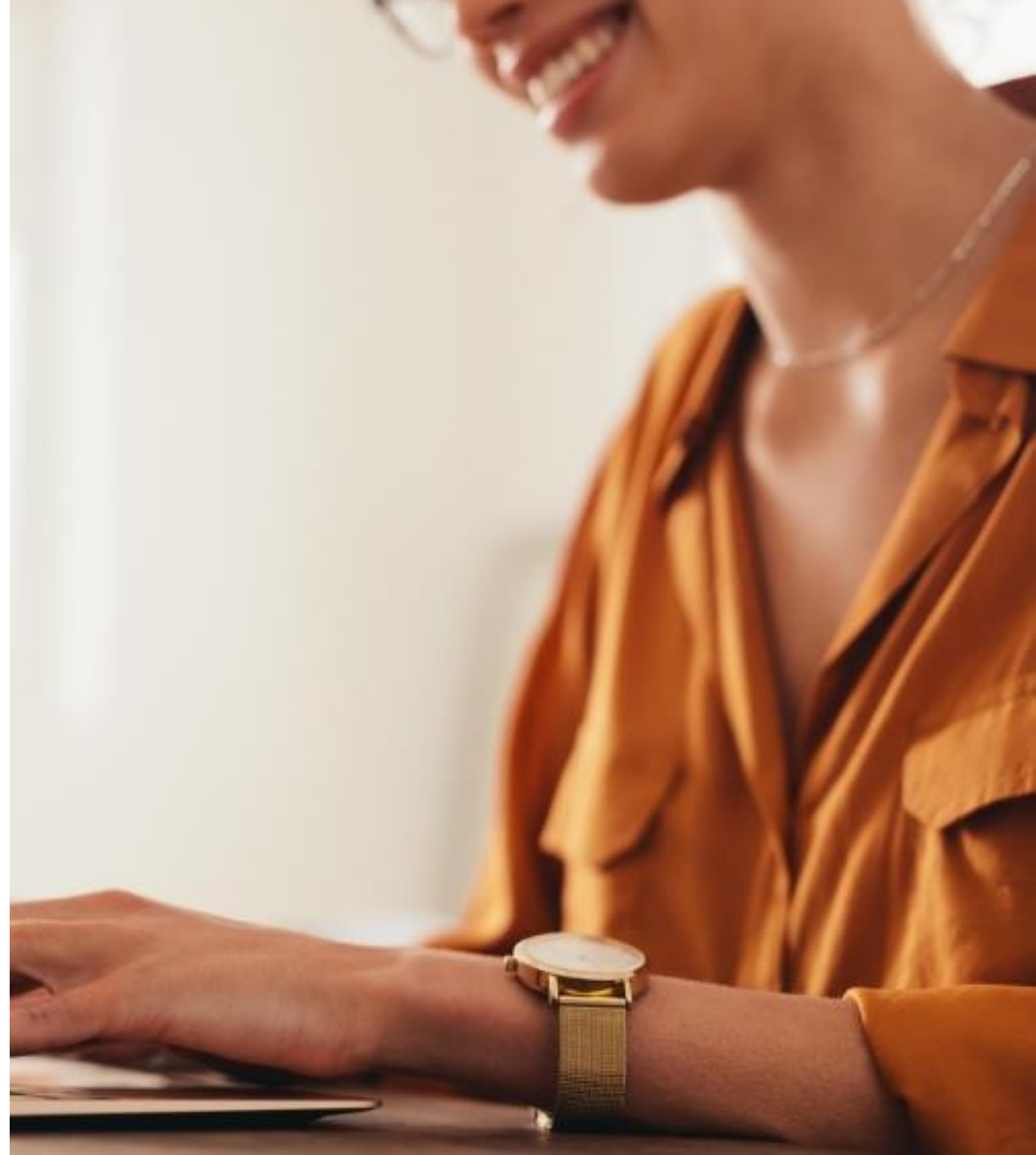
Ce produit est devenu tellement indispensable pour nous, que nous l'avons désormais ajouté au portefeuille de produits que nous achetons chez NLogic.

Les avantages immédiats

Étant donné que Lens pour la télé est basé sur le web, le problème d'accès à distance a été immédiatement résolu.

Les rapports télé se calculaient rapidement et malgré des demandes de rapports de plus en plus nombreuses, nous avons pu réduire considérablement le temps passé à extraire les données télé.

D'après les commentaires de notre équipe, Lens pour la télé est très facile à utiliser. De nombreux utilisateurs ont appris rapidement comment l'utiliser et on pu produire des rapports pour nos clients sans avoir de formation approfondie et ce grâce à une interface utilisateur conviviale conjugué au soutien fourni par NLogic.





"Dites-moi que Lens pour la télé restera disponible après la COVID-19?"

Planificateur senior, Publicis

Quel a été l'impact pour les clients ?

Nous avons reçu des réactions positives de la part de nos clients qui ont pu obtenir rapidement l'information recherchée de leurs équipes de planification à la place de faire appel à l'équipe de recherche. Ils ont pu savoir où sont allés les téléspectateurs de sport, quelle était l'augmentation du nombre total d'heures d'écoute depuis le confinement, quel changement s'est opéré entre l'écoute en direct et l'écoute en différé, entre les chaînes conventionnelles et les spécialisées dû au manque de contenu américain sur le marché en raison des arrêts de production de contenu, ou encore combien de nouveaux jeunes téléspectateurs se sont dirigés vers des contenus typiquement plus traditionnels tels que les nouvelles.

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Contactez-nous pour obtenir plus d'information.



nlogic