

RAYMOND WEIL mesure l'impact de sa campagne publicitaire internationale « Shine » grâce aux solutions d'études d'impact d'IC-AGENCY

Si l'on vous demandait de garder un œil sur une femme éblouissante de beauté et de grâce, vous sauteriez probablement sur l'occasion ; et si votre mission impliquait de savoir ce qui se dit à son sujet, la tâche en serait d'autant plus intéressante.

Toujours à la pointe de l'innovation, RAYMOND WEIL a mandaté IC-Agency, société de marketing online et d'intelligence économique, afin de remplir une cette mission.

Dans sa dernière campagne publicitaire internationale « Shine par RAYMOND WEIL », Charlize Theron présente la nouvelle ligne de montres de la marque. En collaboration avec IC-Agency, RAYMOND WEIL mesure l'impact de son ambassadrice oscarisée sur la notoriété de sa marque et de ses produits, par exemple avec la sortie du film « L'affaire Josey Aimes » (North Country).

Les technologies quantitatives et qualitatives IC-DemandTracker™ et IC-Insights™ permettent par exemple de suivre l'évolution de l'intérêt existant pour des ambassadeurs ou encore les réactions que les campagnes suscitent, en un temps record et avec un investissement réduit.

Pour Olivier Bernheim, Président et CEO de RAYMOND WEIL : "L'objectif premier de RAYMOND WEIL est d'accroître systématiquement l'efficacité de nos campagnes notamment grâce au feedback de la clientèle. C'est pourquoi nous sommes tout à fait enclin à exploiter les dernières technologies en matière de e-research qui nous permettent de mesurer notre impact publicitaire et de saisir les réelles perceptions de nos clients."

« Nous aidons RAYMOND WEIL à suivre l'évolution de la

notoriété de Charlize Theron sur chacun de ses marchés phares, tout en mesurant la demande spécifique pour les modèles de la ligne Shine, ainsi que la visibilité de la marque dans son ensemble » indique Claudia de Pretto, e-Luxury Specialist chez IC-Agency. « Notre client est ainsi capable de déterminer par pays les phases de la campagne qui engendrent le plus d'intérêt et celles qui nécessiteraient une pression publicitaire plus accrue. Cette surveillance mondiale est pilotée depuis notre bureau genevois grâce à l'expertise technologique de notre équipe de R&D basée au Canada».

Flavio Quaranta, directeur associé de IC-Agency Canada, ajoute : « Nous sommes fiers de mettre nos technologies de collecte d'insights consommateurs et d'optimisation d'investissement média - initialement conçus pour des marques de grande consommation - au service d'une marque de luxe indépendante comme RAYMOND WEIL. »