

Pressemitteilung
ca. 900 Zeichen

La nouvelle édition de MA Strategy est là.

Avec MA Strategy 2006, une étude intermédia publiée par la REMP Recherches et études des média publicitaires le 16 novembre 2006, l'industrie de la publicité a un instrument stratégique lui permettant d'analyser les stratégies médias les mieux adaptées aux objectifs publicitaires avisés.

MA Strategy 2006 est un outil indispensable pour savoir comment atteindre au mieux un groupe cible : au moyen de la presse écrite, du cinéma, de la radio, de la télévision, d'Internet ou avec quelle combinaison de ces divers médias.

MA Strategy 2006 permet de planifier et de peaufiner le médiamix, ceci non seulement pour des groupes cible définis selon des critères socio-démographiques, mais aussi pour ceux comprenant des critères de consommation. Cet instrument idéal afin de définir la répartition du mixe des média peut être commandé au prix de CHF 300. – (+ TVA).

Contact:

REMP Recherches et études des média publicitaires, Bachmattstrasse 53, 8048 Zurich
Tél. 043 311 76 76, fax 043 311 76 77, e-mail wemf@wemf.ch

- Carine Lins, responsable marketing REMP
Tél. 043 311 76 50, e-mail : carine.lins@wemf.ch
- Pamela Pozzi, responsable de projet MA Strategy Basic
Tél. 043 311 76 41, e-mail: pamela.pozzi@wemf.ch
- Nadine Bracher, responsable de projet MA Strategy Consumer
Tél. 043 311 76 44, e-mail: nadine.bracher@wemf.ch