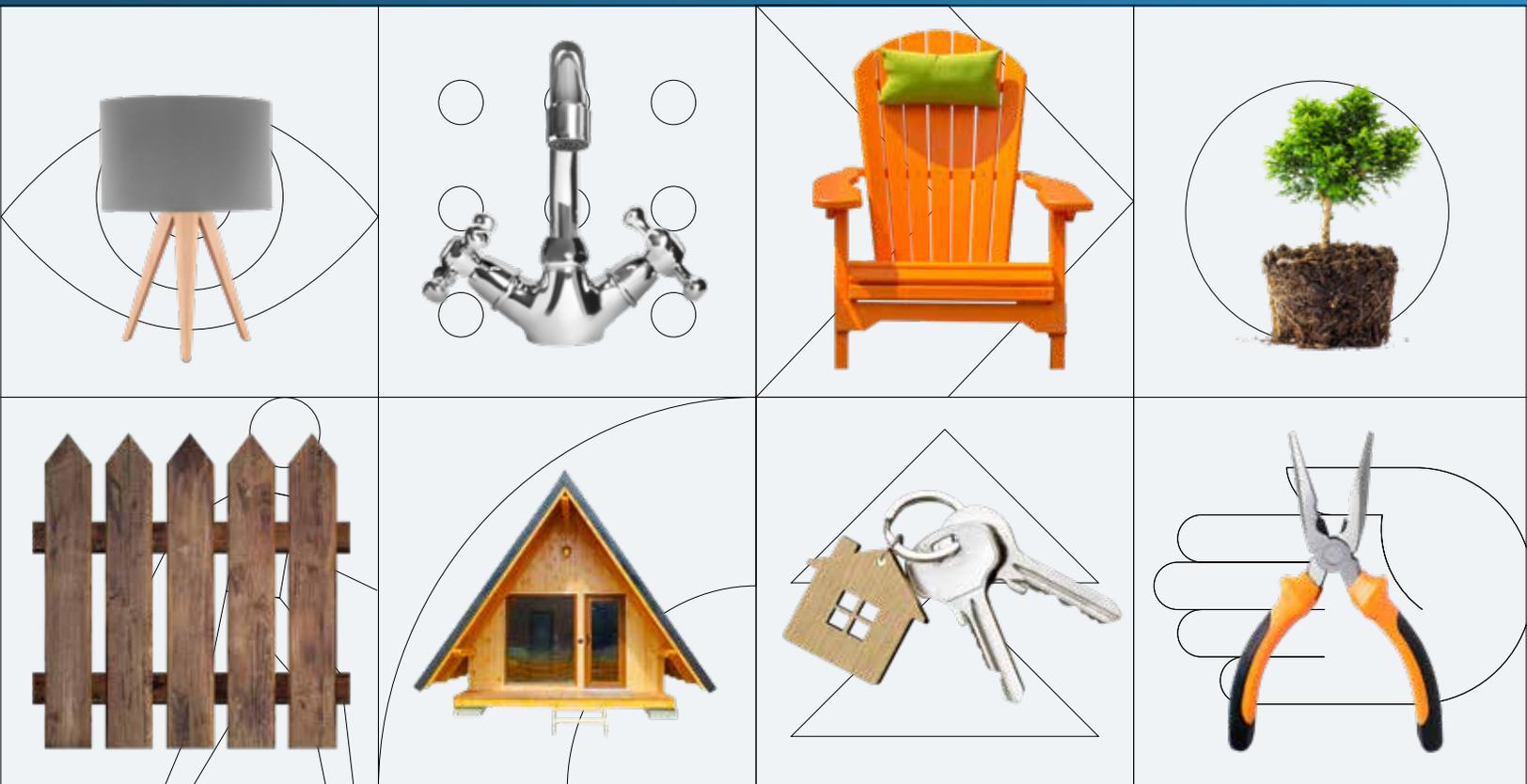




CAMPAGNE MÉDIA

DISTRICT HABITAT BROSSARD

Dates de la campagne : 5 septembre au 2 octobre 2022



MÉDIAS TRADITIONNELS

Télévision

Campagne télé de 15 sec. du 19 septembre au 2 octobre sur les réseaux conventionnels : TVA, Radio-Canada

- Portée : **54,6 %**
- Fréquence : **3.5x**
- **72%** en heure de pointe



Radio

Du 19 septembre au 2 octobre

75 messages par semaine de 10 sec. au moment de l'annonce de la circulation autoroutière.

6 stations : 98.5 FM, Energie 94.3, 96.9 CKOI, 107.3 Rouge & Radio circulation 730 CKAC

- Portée : **4,4%**
- Fréquence : **3.5x**

Panneaux d'autoroute

Du 12 septembre au 2 octobre

Placement d'affiches publicitaires par rapport au lieu du salon et sur les grands axes routiers



MÉDIAS NUMÉRIQUES

Campagne du 5 septembre au 2 octobre

Québécois

- **1 164 470** impressions
- Taux de clics : **0.16%**



Placement de bannières ciblées vers les propriétaires/locataires de 25-65 ans qui cherchent à acheter, ont des projets de rénovation, construction, agrandissement ou autres.

- Nombre d'impressions : **+ 8M.**
- Taux de clics : **0,082%**

SEM

- Nombre d'impressions : **17 729**
- Taux de clics : **25,28%**

La Presse

- L'Xtra :
 - Nombre d'impressions : **52 993**
 - Taux de clics : **5,15%**
- Les bannières de la campagne + celles du concours du salon :
 - Nombre d'impressions : **820 329**
 - Taux de clics : **0,37%**
- Le concours du salon : ½ écran
 - Nombre d'impressions : **327 116**
 - Taux de clics : **0.65%**



Relations publiques

- 2 communiqués de presse
- 9 reportages avec une portée de **9.7M**

OUTILS DE COMMUNICATION DU SALON

Infolettres

9 infolettres envoyées entre le 7 septembre et le 2 octobre

- Taux d'ouverture : **33.33%**
- Taux de clics : **1.6%**
- Augmentation du nombre d'abonnés de **66.54%**

2 infolettres envoyées à l'ensemble des membres de l'APCHQ - MM (plus de 5600 membres)

- Taux d'ouverture : **53.35%**
- Taux de clics : **2.4%**

Réseaux sociaux : Facebook et Instagram

Les campagnes Vente de Billets pour le Salon District Habitat (SDH) de Brossard ont été diffusées sur Facebook et Instagram du 9 septembre au 2 octobre sous deux objectifs : sensibilisation et conversion.

- Impressions : **259 024**
- Portée : **149 729** personnes
- Augmentation de **6%** du nombre de fans sur Facebook
- Augmentation de **24%** d'abonnés sur Instagram

L'activité sur les comptes du SDH a **connu une hausse** grâce aux contenus publicitaires et organiques publiés avant et pendant la campagne/le salon.

MERCI À NOS PARTENAIRES

