



POINTS DE VUE MARKETING

SOMMAIRE



Devant l'impact des technologies numériques sur notre industrie, l'ACA a voulu savoir comment réagissent les responsables marketing canadiens. Nous avons ainsi adapté un sondage mondial des chefs des services marketing, ce qui nous a permis d'apprendre leurs principaux sujets de préoccupation. Voici ce que nous révèle l'exercice.

Constatation générale : le marché canadien accuse un certain retard sur le reste du monde par rapport à l'adoption du marketing numérique, même si nous voyons un rattrapage rapide à cet égard.

- Les inquiétudes des responsables marketings au sujet du manque de transparence des transactions média Internet et le nombre sans précédent de recherches d'agence en cours expliquent sans doute pourquoi 26 % des répondants canadiens disent être peu ou pas convaincus que leurs agences média peuvent leur offrir une qualité optimale de service, un niveau de confiance moindre que celui du sondage global.
- Comparativement à leurs collègues internationaux, les annonceurs canadiens semblent moins inquiets de l'effet négatif des faux-clics et d'une visibilité inadéquate sur leur marketing numérique. On doit aussi noter que le marché canadien des annonces en ligne est moins développé qu'ailleurs dans le monde. La revue eMarketer rapporte qu'au Canada, le taux d'adoption des achats programmatiques des campagnes en ligne est en retard de 12 mois par rapport aux É.-U.
- Comparativement à leurs collègues internationaux, les annonceurs canadiens font moins appel à des spécialistes extérieurs pour optimiser leurs performances en marketing numérique. Cela dit, lorsqu'ils le font, ils recherchent les mêmes compétences de ces fournisseurs.
- Lorsqu'on leur demande de classer les défis auxquels ils sont confrontés, comme leurs collègues internationaux, les annonceurs canadiens accordent le plus d'importance à **surmonter les contraintes financières, à démontrer le rendement obtenu et à l'exploitation des données sur les consommateurs** (Big Data).

L'ACA a le plaisir de vous présenter le dixième rapport de son Panel des annonceurs.

Points de vue Marketing fournit un instantané des opinions, des plans et de l'expérience actuelle des annonceurs au sein de leurs entreprises et en rapport avec leurs partenaires, leurs fournisseurs et leur clientèle.

Nous remercions les cadres supérieurs en marketing ayant accepté de partager leurs points de vue et leur expérience avec nous. Dans les mois à venir, l'ACA continuera de suivre la dynamique du marché canadien et de rendre compte des données et tendances émergentes au fur et à mesure de leur apparition.

Pour en savoir plus sur ce rapport et sur les bénéfices de l'adhésion à l'ACA, communiquez avec Paul Hétu, vice-président, Québec : 514 842-6422 ou phetu@ACAweb.ca.

