



# Impacts of video advertisements according to the media

---

25 February 2017



















# Media exposure

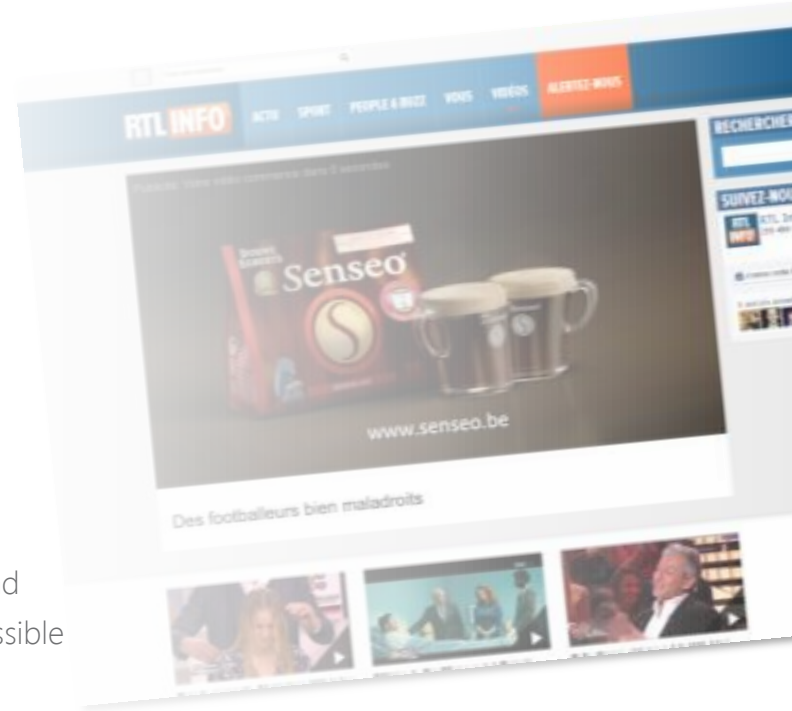
> 2 measures concerning this phase



- *Actual ad duration*  
[‘Youtube’]



- *Gaze direction* towards the ad  
(compared with the total possible duration ; i.e. 20 seconds)  
[‘Youtube’ & ‘RTLinfo’]



# Impact measurement

## > Directive interview (adjacent room)



+



### >> Recall

- Brand
- Product category
- Design elements

### >> Recognition (9 ads)

- 3 ads previously shown
- 6 other ads

- Age
- gender
- media use frequency
- ...

**1.1) Rappel**

Dans cette étude, il vous a donc été demandé de choisir 3 vidéos : l'une sur la télévision, l'autre sur YouTube, et l'autre encore sur l'application RTLInfo (sur Internet). En conséquence, choisissez nous l'une de ces vidéos. Toutefois, dans chacun des 3 cas, la vidéo était précédée par une publicité.

Vous rappelez-vous de ces 3 publicités ?

Pour sélectionner les vidéos qui vous correspondent les mieux, cochez les cases correspondant aux différents éléments : = vous rappelez-vous de ...

	F	M	M
Marque	(Bour)	(Philip)	(Senao)
Type de produit	(rouge)	(bleu)	(gris)
Design			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• personnages</li> <li>• objets</li> <li>• emplacement</li> <li>• couleurs</li> <li>• son</li> </ul>			
TOTAL	(1 à 4)	(1 à 4)	(1 à 4)

**1.2) Reconnaissance**

Sur le total, indiquez séparément les 3 heures des publicités : 2 des publicités espérées, 1 de publicités pour une publicité de même catégorie mais de marque différente, et 3 de publicités pour une publicité tout à fait différente.

Voici 9 heures. Chacune montre 3 images qui correspondent à une publicité. Parmi ces publicités de trouver les 3 publicités qui ont été vues durant l'expérience, juste avant les vidéos que vous avez choisies. Pouvez-vous indiquer toutes sur ces 3 publicités ?

	F	M	M
	(Bour / rouge)	(Philip / bleu)	(Senao / gris)
1) ...			
2) ...			
3) ...			

Il est convenu que lorsque vous voyez une vidéo, une publicité « non demandée » apparaît d'abord sur la télévision, sur YouTube, ou encore sur des sites d'information comme par exemple RTLInfo (autre que dans le cas de votre expérience adjacente).

De façon générale, pouvez-vous indiquer séparément qu'une telle publicité apparaît ...

	sur							TOUT
	1	2	3	4	5	6	7	à
1) ...								sur
2) ...								sur
3) ...								sur

Justifiez les Commentaires :

# Results



	YOUTUBE			RTLinfo	TV
	All subjects	Ad stopped	Ad completed		
Frame	61 (77)	32 (76)	77 (77)	74	
Ad area	<b>51</b> (59)	<b>17</b> (41)	<b>69</b> (69)	<b>69</b>	<b>99</b>
"Skip ad" or "Remaining time" area	10 (17)	15 (35)	8 (8)	4	

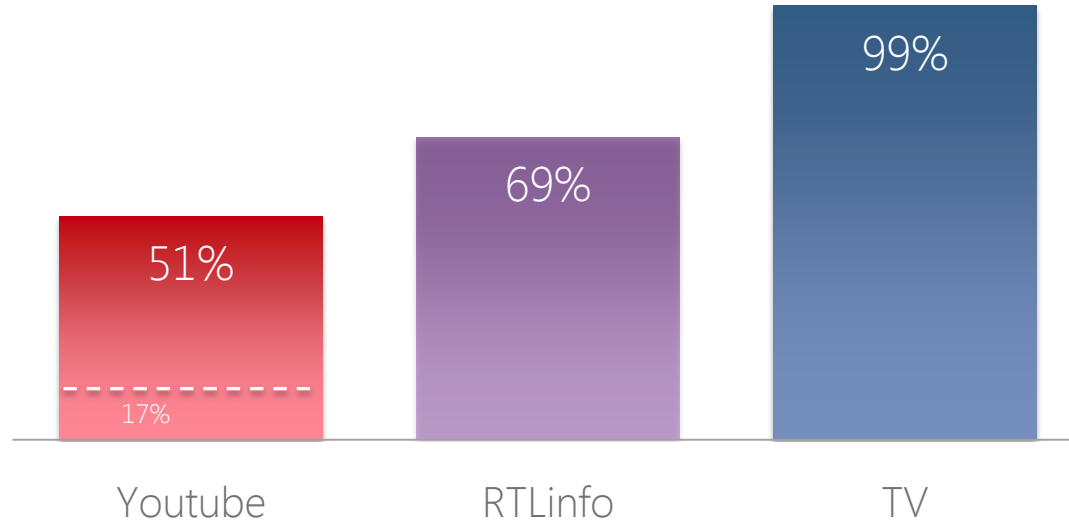


- Lower [higher] scores for 'Youtube' ['TV']
- Actual viewing time particularly low for the subjects who stopped the ad (17% of the ad duration)
- Positive correlation between
  - 'Youtube' use frequency
  - Gaze direction towards the "Skip ad" area [ $r=.25$ ,  $p=.04$ ]

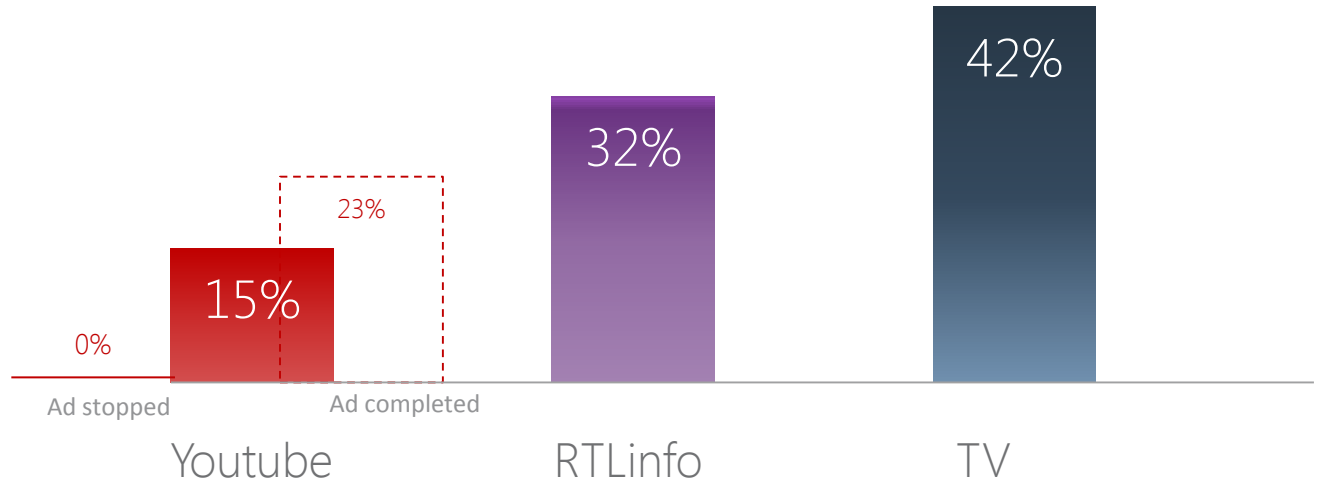
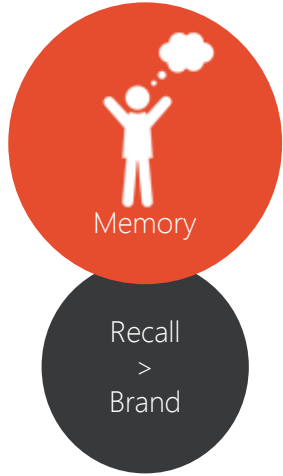
# Results

Overall, gaze direction towards the ad is significantly

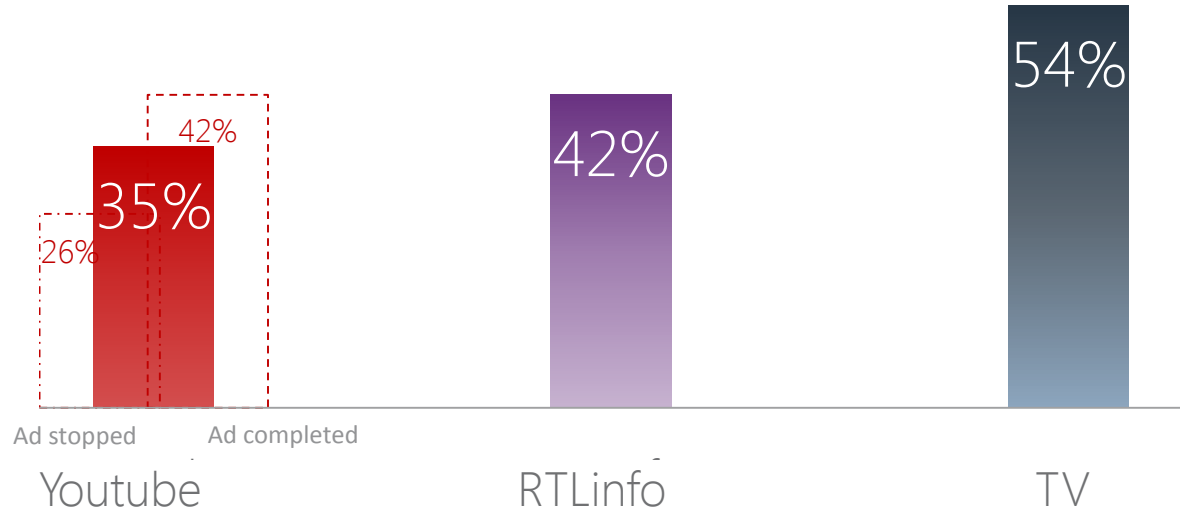
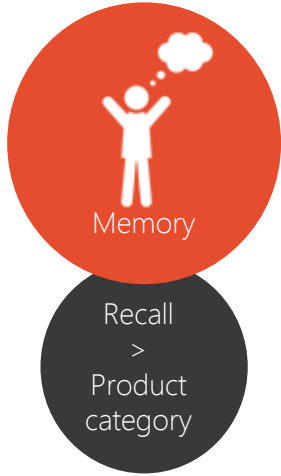
- Lower for 'Youtube'
- Higher for 'TV'



# Results



# Results



# Results



+



## YouTube

### Ad memory

- *Positively* correlated with Gaze direction towards the ad area  
[ $r=.29$ ;  $p=.02$ ]
- *Negatively* correlated with Gaze direction towards the "Skip ad" area  
[recall brand :  $r=-.25$ ,  $p=.04$ ] / recall category :  $r=-.32$ ,  $p=.<.01$  /  
recall design :  $r=-.33$ ,  $p<.01$ ]  
(also regarding 'RTLinfo' – to a lesser extent)





# Results

