

L'ETUDE D'AUDIENCE Ed. 2024

Votre guide pour une meilleur programmation

Dans le cadre de son activité de veille stratégique et d'intelligence média, **Media Intelligence** conduit chaque année une **étude d'envergure nationale sur les habitudes de consommation médiatique au Cameroun**. Cette étude offre des **indicateurs détaillés, représentatifs et exploitables** sur les comportements d'audience des populations, **déclinables selon les variables sociodémographiques** suivantes :



Sexe



Tranche d'âge



Niveau d'éducation



Région de résidence

Les résultats peuvent permettre à votre média d'**affiner vos stratégies de contenus, de programmation, et de commercialisation**, sur la base de données réelles, actualisées et ciblées.

Contact pour acquisition du rapport
Media Intelligence

 info@mediaintelligence.cm

 (+237) 677 43 1013



1. POUR CANAL 2 – Chaîne TV I

L'étude permet d'accéder à des données clés sur :

Usages de la télévision

- Fréquence de visionnage, terminaux et lieux d'accès
- Format de visionnage (direct, replay, en ligne, etc.)
- Consommation via VOD et plateformes numériques



Comportements d'audience

- Moyens d'accès (antenne, câble, internet...)
- Visionnage en semaine vs weekend
- Répartition par tranche horaire (audience quart d'heure)

Analyse concurrentielle

- Notoriété spontanée, assistée, totale des chaînes
- Part d'audience cumulée des 30 principales chaînes
- Focus sur la performance des programmes des chaînes TV nationales

Efficacité publicitaire

- Impact des campagnes diffusées
- Corrélation entre exposition publicitaire et mémorisation

Données
disponibles
par :

Sexe

Âge

Région

niveau
d'éducation



2. POUR SWEET FM – Radio |

L'étude permet d'extraire des insights sur :

Usages de la radio

- Fréquence d'écoute, terminaux et lieux d'écoute
- Moyens d'accès (FM, internet, réseaux sociaux...)

Contenus et perception

- Appréciation du contenu, niveau de confiance accordé
- Types de contenus préférés selon la cible

Analyse d'audience

- Notoriété (spontanée, assistée, totale) des radios
- Audience du dernier mois, semaine dernière, veille
- Audience quart d'heure et part d'audience cumulée
- Focus sur les émissions radio les plus suivies

3. Avantages pour votre média

Optimisation de la grille de programmation

Meilleure segmentation de vos campagnes publicitaires

Arguments concrets pour les négociations avec les annonceurs

Identification de nouvelles opportunités éditoriales ou commerciales



Les rapports d'audience exclusifs dédiés à Canal 2 et Sweet FM sont proposés au tarif préférentiel de
2 146 500 FCFA TTC.

Désignation	Descriptifs	Qté	Forfait	Prix total
Recommandations stratégiques Etude d'audience 2024 (TV, Radio, Média sociaux)	- Performance de la chaîne Canal 2 et la radio Sweet FM - Analyse du profil de l'audience	1	1 800 000	1 800 000
Montant total HT (XAF)				1 800 000
TVA (XAF)				346 500
Montant total TTC (XAF)				2 146 500

Contact pour acquisition du rapport :
Media Intelligence

 info@mediaintelligence.cm

 (+237) 677 43 1013