



CASE - AFRIQUE

Cabinet d'Analyse Statistique et Economique

BP: 4924 Lomé - TOGO, Tél. 2320 44 28 / 90271673 / 99672309

Site web : www.case-afrique.com E-mail: info@case-afrique.com

- Recherche Marketing
- Recherche & Développement
 - Informatique
 - Formation

SERVIR ET BIEN SERVIR EST NOTRE DEVISE



RAPPORT D'ETUDE DE MESURE D'AUDIENCE DES MEDIAS AU TOGO 2015

CAS PREFECTURE DU GOLFE

Objectifs Spécifiques de l'Etude

- Connaître les habitudes médias de la population du golfe;
- Identifier les préférences de la population dans le secteur des médias;
- Connaître la perception de l'image du paysage médiatique par la population du golfe;
- Identifier les besoins et moyens de communication, d'information et de formation de la population;
- Connaître l'audience des médias;
- Connaître l'audience des différents supports médiatiques dans la préfecture du golfe;
- Estimer la part de marché & la part d'audience des différents supports ;
- Aider à la définition de stratégie marketing pour accroître la part d'audience des différents supports ;
- Fournir des données fiables pour une prise de décision éclairée dans le domaine des médias et de la publicité;
- Stimuler l'émulation dans le secteur des médias pour un professionnalisme plus accru;
- Etablir un classement général des différents supports du point de vue de l'audience;
- Identifier les forces faiblesses opportunités et menaces pour les différents supports médiatiques;
- Etc.

Méthodologie

Approche

Etude quantitative utilisant un questionnaire d'enquête bien structuré administré aux répondants individuels sélectionnés de façon aléatoire dans les ménages.

Répondants

Ils sont âgés de 15 à 64 ans. Cette tranche d'âge constitue la population potentiellement active. Les agents du secteur des médias n'ont pas fait partie de notre échantillon

Outil / Questionnaire

Le questionnaire d'enquête comporte des questions sur les quatre domaines de notre étude à savoir : La Télévision, la Radio, la Presse écrite et l'Internet et une section sur les habitudes médias. Nous avons utilisé des smartphones avec une plate-forme électronique pour collecter les données.

Collecte des données

La collecte des données s'est faite dans tous les quartiers d'habitation (zone urbaine) et cantons (zone rurale) de la préfecture du golfe avec des techniques de sélection du répondant selon les standards internationaux. Elle s'est faite de 1^{er} novembre au 31 décembre 2015.

Notre Offre : Nous proposons des rapports spécifiques à votre structure, à ce que vous faites et à ce qui vous intéresse et des recommandations personnalisées

Parties	Libellés	Objectifs	Coûts HT
1 ^{ere} Partie	Habitudes Médias de la Population	Connaître le niveau d'intérêt général de la population pour être informée des événements d'actualité, l'ordre d'importance des sources d'informations, leurs fréquences d'utilisation , la possession des récepteurs d'informations dans les ménages et les sujets d'informations qui intéressent la population. Et des recommandations propres à votre structure.	200 000 F CFA
2 ^e Partie	Audience des Chaînes de Télévision	Connaître l'audience annuelle, mensuelle, hebdomadaire puis journalière et votre position dans le classement général des chaînes de Télévisions, connaître l'audience des Télévisions suivant les jours de la semaine, les heures de grandes et faibles audiences, les fréquences de vues des programmes suivis, la fiabilité des informations publiées sur les différentes chaînes de Télévisions. Et des recommandations propres à votre structure.	500 000 F CFA
3 ^e Partie	Audiences des Stations de Radios	Connaître l'audience annuelle, mensuelle, hebdomadaire puis journalière et la position dans le classement général des différentes stations radios, connaître l'audience des radios suivant les jours de la semaine, les heures de grandes et faibles écoutes, les fréquences d'écoute des programmes suivis, l'audience des radios internationales. Et des recommandations propres à votre structure.	300 000 F CFA

Notre Offre : Nous proposons des rapports spécifiques à votre structure, à ce que vous faites et à ce qui vous intéresse et des recommandations personnalisées (2)

Parties	Libellés	Objectifs	Coûts
4 ^e Partie	Internet	Le taux de pénétration de l'utilisation d'Internet au sein de la population, le lieu et la façon de se connecter, la fréquence de connexion, le temps passé sur Internet par jour, comment savoir l'existence de nouveaux sites Internet, les sites les plus visités pour des informations et nouvelles, l'écoute de la radio sur Internet, l'audience de la télévision sur Internet. Et des recommandations propres à votre structure	100 000 F CFA
5 ^e Partie	Journaux/Magazines et Problèmes d'ordre général	Connaissance des journaux et magazines, les caractéristiques des lecteurs, le lectorat des journaux et magazines, ce que recherchent les lecteurs dans les presses et magazines, les problèmes d'ordre général que rencontrent les togolais	300 000 F CFA
6 ^e Partie	Affichages Publicitaires	Déterminer la notoriété des panneaux publicitaires auprès de la population, les fréquences d'utilisation, liste de quelques entreprises qui utilisent l'affichage publicitaire et l'impact réel de l'affichage publicitaire	100 000 F CFA



CASE - AFRIQUE

Cabinet d'Analyse Statistique et Économique

BP: 4924 Lomé - TOGO, Tél. 22414161 / 2320 44 28 / 90271673 / 99672309

Site web : www.case-afrique.com E-mail: cabinet@case-afrique.com

MERCI DE NOUS
CONTACTER

SERVIR ET BIEN SERVIR EST NOTRE DEVISE