

CSA Research lance Cross Media Resonance CSA : la première méthodologie d'étude quantitative amplifiée par l'IA



Après avoir développé des solutions innovantes dans le domaine des jumeaux numériques avec CSA Virtual Market et CSA Virtual Consumer, CSA Research continue de faire évoluer le métier des études et annonce le lancement de **Cross Media Resonance CSA**. Première méthodologie de post-test qui allie la puissance du quantitatif et la finesse du qualitatif grâce à l'intelligence artificielle, elle propose une vision inédite et ultra détaillée de l'efficacité des campagnes cross media.

Efficacité des campagnes : l'IA au service d'un post-test nouvelle génération

Cross Media Resonance CSA s'appuie sur une technologie exclusive, le Chat Bot CSA. Capable d'adapter en temps réel les questions en fonction des réponses des personnes interrogées, il recueille des enseignements et informations riches et personnalisés. La technologie permet également une analyse qualitative sur mesure des réponses ouvertes. Analysés par l'IA pilotée par les équipes de CSA, les verbatims offrent une lecture détaillée et ultra-pertinente des perceptions consommateurs.

Mesurer, comparer, agir

Cross Media Resonance CSA mesure l'impact de chaque levier média et leurs synergies sur les KPI de marque. Les résultats obtenus sont comparés automatiquement aux normes issues de la base de données CSA. A partir de l'analyse des données par l'IA, les experts CSA les transforment en insights opérationnels, directement exploitables par les équipes marketing. Et pour aller plus loin, un module prédictif exclusif permet de simuler différents scénarios de renforcement des leviers et de projeter leur impact sur les indicateurs de performance de la marque.

« Cross Media Resonance CSA apporte une nouvelle dimension qualitative inédite à nos post-tests et donne à nos clients un outil stratégique pour piloter leurs campagnes avec plus de précision et d'agilité. », souligne Aurélie Mohorcic, Partner Pôle Consumer CSA.

Avec cette innovation, CSA Research confirme sa place de pionnier de l'intelligence marketing et confirme son engagement : offrir aux annonceurs une vision plus riche, plus stratégique et pleinement actionnable de leurs campagnes.

Depuis plus de 40 ans, CSA Research apporte aux entreprises et institutions une compréhension fine des comportements. Multi-secteur, CSA génère et croise une donnée hybride (attitudinale et comportementale, passive et active, qualitative et quantitative) et opérationnelle car activable. CSA, dirigé par Yves Del Frate, CEO, fait partie du groupe Havas depuis 2015.

Contact presse CSA

Sandra Laberrenne - slaberenne@meiji-communication.com - 06 43 19 13 88

Sophie Schmierer - sschmierer@meiji-communication.com - 06 60 79 36 26