

Omni.Bus

Werbewirkung gezielt analysieren

ERFOLG DURCH WERBE-EFFIZIENZ

Erfolgreiche Werbung leistet viel: Sie soll informieren, emotionalisieren, interessieren, die Marke stärken und den Abverkauf fördern. Darum zeichnet sich effiziente Werbung vor allem dadurch aus, dass sie es besonders gut versteht, die Konsumenten psychologisch und handlungsleitend zu beeinflussen. Um das zu erreichen, müssen die eingesetzten Werbemittel eine hervorragende Werbewirkung besitzen.

KOMPAKTANALYSE DER WERBEWIRKUNG

Unser Online-Omni.Bus bietet Ihnen eine marketingorientierte Analyse ausgewählter Erfolgstreiber Ihrer Werbemittel (Plakat, Anzeigen o.a.). Unsere übersichtlichen Ergebnisse liefern wichtige Erkenntnisse zur Kommunikationsleistung Ihrer Werbung. Mit der Kombination aus Befragung und Wahrnehmungsanalyse (AttentionTracking™) können wir innerhalb weniger Tage kostengünstig eine Vielzahl an Probanden erreichen und sorgen so für valide und repräsentative Ergebnisse.

LEISTUNGSUMFANG

Wir erstellen einen Online-Fragebogen mit integriertem Attention Tracking™-Teil, in welchem wir Ihr Sujet neben weiteren Sujets präsentieren. In der darauf folgenden Befragung messen wir nicht nur Impact und Branding, sondern anhand standardisierter Kernparametern auch die Kommunikationswirkung (Emotion und Kognition) Ihrer Kreation.

Sie erfahren somit detailliert:

- Wie wird Ihr Werbemittel wahrgenommen?
- Setzt es sich im Umfeld durch?
- Wie gut wird Ihre Marke erinnert?
- Stimmt die Markenpassung?
- Gefällt das Sujet?

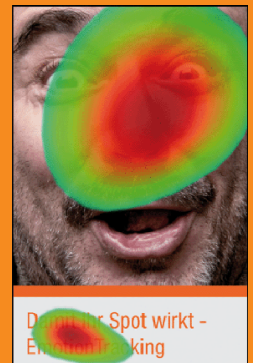
KONDITIONEN UND DURCHFÜHRUNG

Schon für 2.200,- Euro exkl. MwSt. erhalten Sie eine kompakte Analyse der Werbewirkung Ihres Werbemittels mit Vergleichsmöglichkeiten innerhalb einer allgemeinen und sehr großen Stichprobe. Wo nötig, kann ein Gruppen-Splits eingebaut werden. Die Durchführung und Auswertung erfolgt in nur sieben bis zehn Werktagen. Durch eine Online-Durchführung können wir eine repräsentative Stichprobe von N=200 Personen abbilden.

Mehrere Anzeigen und weitergehende Analysen bieten wir Ihnen auf Anfrage gerne an!

VORTEILE

- Wahrnehmungsanalyse und Befragung
- Große Stichprobe
- Sehr schnelle Testergebnisse
- Kosteneffektives Verfahren



MediaAnalyzer

DIE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

Wir bieten Ihnen marketingorientierte und leicht verständliche Ergebnisse. Dabei werden die Leistungsergebnisse Ihres Werbemittels wie folgt visualisiert und kommentiert:

- **Visualisierung der Wahrnehmung Ihrer Anzeige:**
 - Heatmovie: Wie wird die Anzeige erschlossen?
 - Blickverlauf: Wie wird der Betrachter durch die Anzeige geführt?
 - Kontaktwerte: Werden die relevanten Bereiche wahrgenommen?
- **Zusammenfassende Grafiken zur Kommunikationswirkung:**
 - Recall: Wird die Marke erinnert?
 - Recognition: Wird die Anzeige wiedererkannt und zugeordnet?
 - Impact: Wird die Anzeige näher betrachtet?
 - Kernparameter: Wie gefällt dem Betrachter die Anzeige? Passt die Anzeige zur Marke? etc.
- **Soziodemografisches Profil der Stichprobe**
- **Management Summary der wichtigsten Erkenntnisse**

Gerne können wir Ihre Anzeige auf Wunsch auch in den Vergleich zu einem Benchmark setzen und Ihnen so eine weitere Möglichkeit zur Einordnung des Leistungsprofils Ihres Werbemittels liefern.

MEDIAANALYZER

Als eines der weltweit führenden Institute für Werbemitteloptimierung helfen wir unseren Kunden, die Effizienz von Werbemaßnahmen deutlich zu erhöhen und die Markenpassung der Kreationen zuverlässig abzusichern. Seit 2002 haben unsere Berater mit AttentionTracking™ bei über 100.000 Probanden die Wahrnehmung und Wirkung von Werbemitteln zielgruppengenau analysiert. Aus über einer Million Blickverläufen wurde eine Vielzahl aussagekräftiger Benchmarks entwickelt, um die Werbewirkung auch im Branchen- und Wettbewerbsvergleich beurteilen zu können. Durch universitäre Kooperationen sichern wir unser Know-how konsequent ab.

AttentionTracking™

AttentionTracking™ ist ein interaktives, online-basiertes Verfahren zur Aufmerksamkeitsmessung. Während Probanden in spielerischer Weise einen Test am Heim-PC absolvieren, wird exakt aufgezeichnet, wohin sie bei der Betrachtung eines Visuals auf ihrem Bildschirm blicken. Das Verfahren nutzt die Tatsache, dass der Mensch nur über eine einzige, unteilbare Aufmerksamkeit verfügt, die sowohl seine Motorik als auch seine Wahrnehmung steuert. Dazu werden über ein kurzes Training die Hand- und Augenbewegungen der Probanden synchronisiert. Algorithmen zur Datenbereinigung sorgen für einwandfreie und qualitativ hochwertige Daten. Durch die Unabhängigkeit von weiterer Hardware ist der Test universal einsetzbar.

AUSGEWÄHLTE REFERENZEN



FAHRPLAN

09. März 2009

11. Mai 2009

15. Juni 2009

10. August 2009

12. Oktober 2009

23. November 2009

**Durchführung vorbehalten!
Sonderfahrten auf Anfrage!**

KONTAKT

MediaAnalyzer

Software & Research GmbH
Glockengießerwall 2
20095 Hamburg

Geschäftsführer
Dr. Steffen Egner

Tel. +49 40 866893 00
Fax +49 40 866893 90
E-Mail makontakt@mediaanalyzer.com
Web www.mediaanalyzer.com



MediaAnalyzer