

# Werbemittel-Analyse

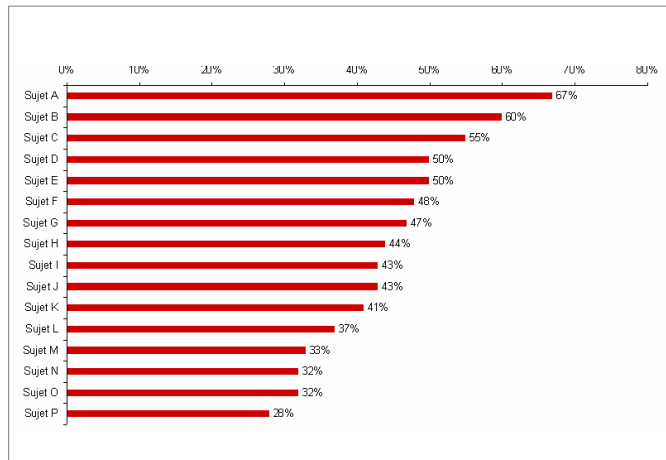
## So testen Sie Ihre Werbewirkung.

### Ihr Nutzen

- Sie messen den ersten Eindruck und die Gesamtwirkung Ihrer Kampagne.
- Sie können die Wirkung am POS testen.
- Sie erhalten Benchmarks im Konkurrenzvergleich.
- Sie können den Test vor, während und nach der Kampagne einsetzen.
- Sie reduzieren den Streuverlust.
- Sie erhalten Entscheidungsgrundlagen für weitere Kampagnen.

### Machen Sie sofort Eindruck

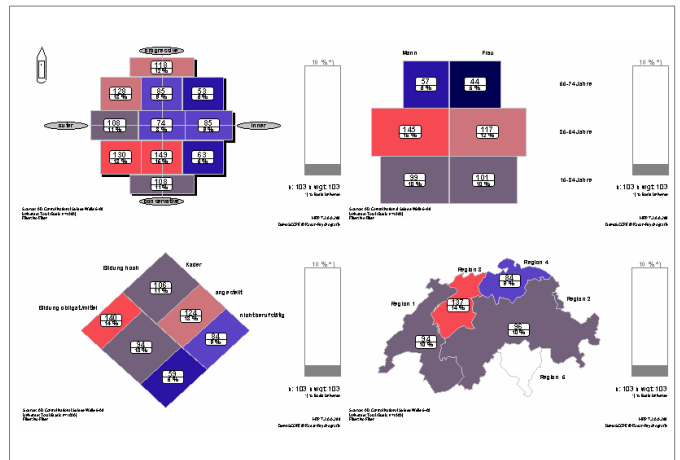
Der erste Eindruck zählt, auch in der Werbung. Innerhalb von Millisekunden entscheidet sich, ob Botschaft und Marke wahrgenommen werden. Mit dem Visalyser-Test wird exakt dieser erste Eindruck optimiert. Der Test kann für jedes Werbemittel und auch am POS durchgeführt werden. Eine mögliche Nachbefragung zeigt zusätzliches Optimierungspotenzial auf.



Beispiel «Benchmark» (Screenshot)

### Steuern Sie Ihre Massnahmen

Ad Control ist ein weiterer Test zur Werbewirkung. Er prüft auch, ob die Zielgruppen erreicht wurden. So können Sie zukünftige Massnahmen steuern. Speziell zur Wirkungskontrolle von Print-Werbung wurde AX Radar konzipiert. Damit werden monatlich Benchmark-Daten für eine Reihe gewichtiger Branchen und Produktgruppen ausgewiesen.



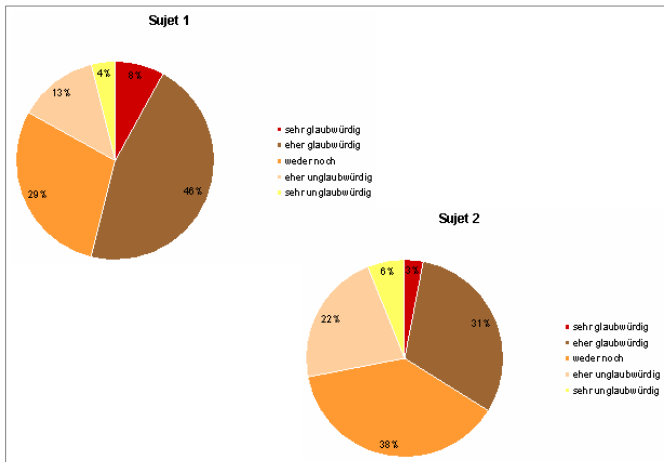
Beispiel «Psychografische Auswertung, Werbeerinnerung ungestützt» (Screenshot)

### Unsere Analysen

- Werbewirkungstests für alle Medien.
- Tests von Gesamtkampagnen, Einzelsujets und POS.
- Beachtungsgrad, Interesse, Aktionsbereitschaft und Aktivierungspotenzial.
- Erreichbarkeit verschiedener Zielgruppen und deren Präferenzen.
- Interesse an weitergehenden Informationen.
- Verständlichkeit und Glaubwürdigkeit der Botschaften.
- Reaktion der Konkurrenz.

### Visalyser-Test

Der Test von Die Ergonomen misst die 10 auffälligsten Elemente eines Sujets. Zudem kann der Test mit Fragen zu Wahrnehmung, Emotionalität, Verständnis, Marke und Handlung ergänzt werden. Die Daten werden im Labortest mit standardmässig max. 20 Personen erhoben. Selbstverständlich kann die Anzahl Personen erhöht werden. (Dauer max. 10 Tage.)



Beispiel «Glaubwürdigkeit der Werbung» (Screenshot)

### Wir freuen uns, von Ihnen zu hören

Haben Sie Fragen? Wünschen Sie weitere Informationen? Wenden Sie sich bitte vertrauensvoll an uns.

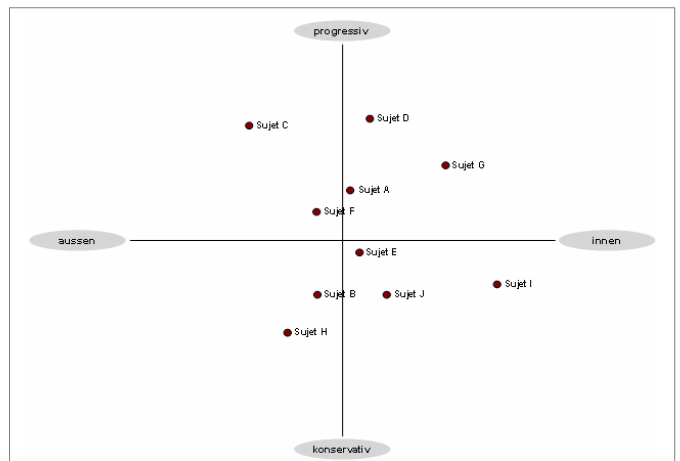
+41 44 250 31 00  
info@publimedia.ch

### Ad Control

Der Test von DemoScope zeigt Benchmarks, Schwerpunktpositionierung, Resultate zur Sujetakzeptanz, psychografische und soziodemografische Charts und andere Werte. Die Daten werden als CAWI-Befragung (Computer Assisted Web Interviews) erhoben. (Dauer 5 bis 6 Wochen.)

### AX Radar

Die Daten von DemoScope zeigen Benchmarks für 5 Branchen: Finanzen/Banken, Versicherungen/ Krankenkassen, Automobile, Retail und Telekommunikation. Hinzu kommen Produktgruppen wie Lebensmittel, Kosmetik/Körperpflege, Luxusgüter/Mode und andere. Erhoben werden die Daten als CAWI-Befragung (D/F-CH, 15-74 Jahre).



Beispiel «Positionierung von Werbemitteln» (Screenshot)