

IV

ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

Социологическое сопровождение кампаний в наружной рекламе

Начальник социологического отдела
ESPAR-Analyst к.с.н., доц. Цапко М.С.



Основные исследовательские направления



- Определение особенностей восприятия носителя представителями разных социально-демографических групп
- Тестирование креатива и слогана
- Исследования на этапе размещения
- Замер эффективности кампании





Аудиторные исследования

- Определение социально-демографических характеристик аудитории рекламного носителя
- Особенности восприятия носителя представителями разных аудиторных групп
- Сравнение с другими рекламными носителями
- Замер эффективности кампании



Параметры тестирования креатива и слогана



- Понятность сообщения
- Адекватность рекламируемому продукту
- Вызываемые ассоциации
- Способность вызвать интерес к продукту





Замеры на этапе размещения

- Выявление особенностей восприятия кампании представителями разных социально-демографических групп
- Определение степени «попадания» в целевую аудиторию
- Выявление коммуникационных проблем
- Определение возможностей коррекции рекламной кампании
- Выявление темпов накопления знаний о рекламируемом продукте



Параметры замера эффективности рекламной кампании

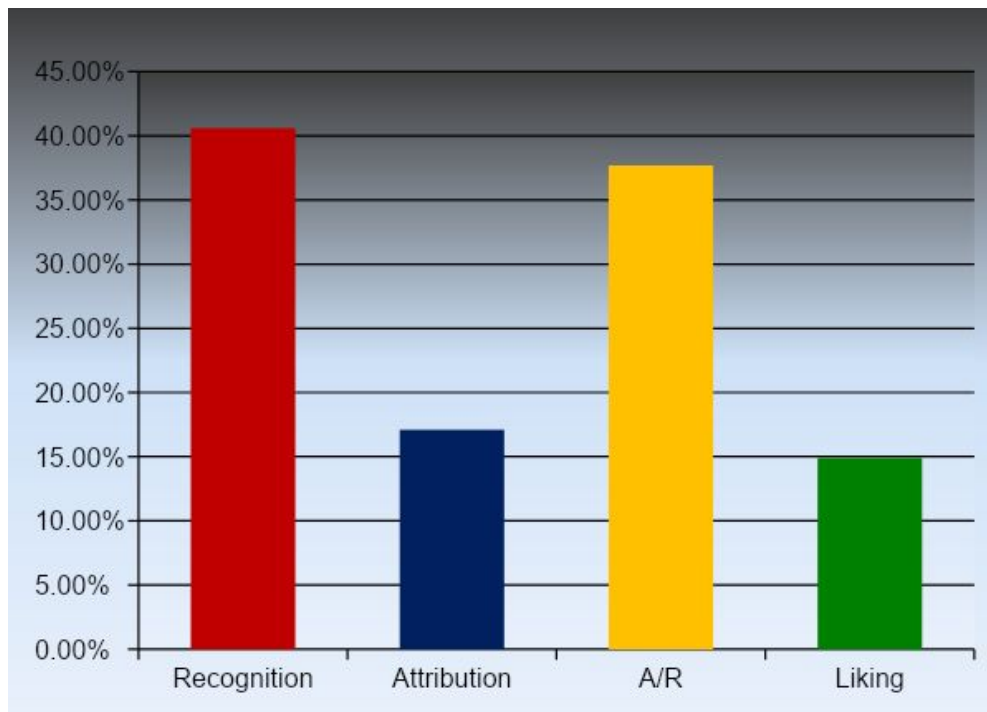


- Recognition (Узнаваемость кампании)
- Attribution (Запоминаемость рекламируемого продукта)
- A/R
- Liking (Степень привлекательности креатива)





Средние результаты PosterTrack



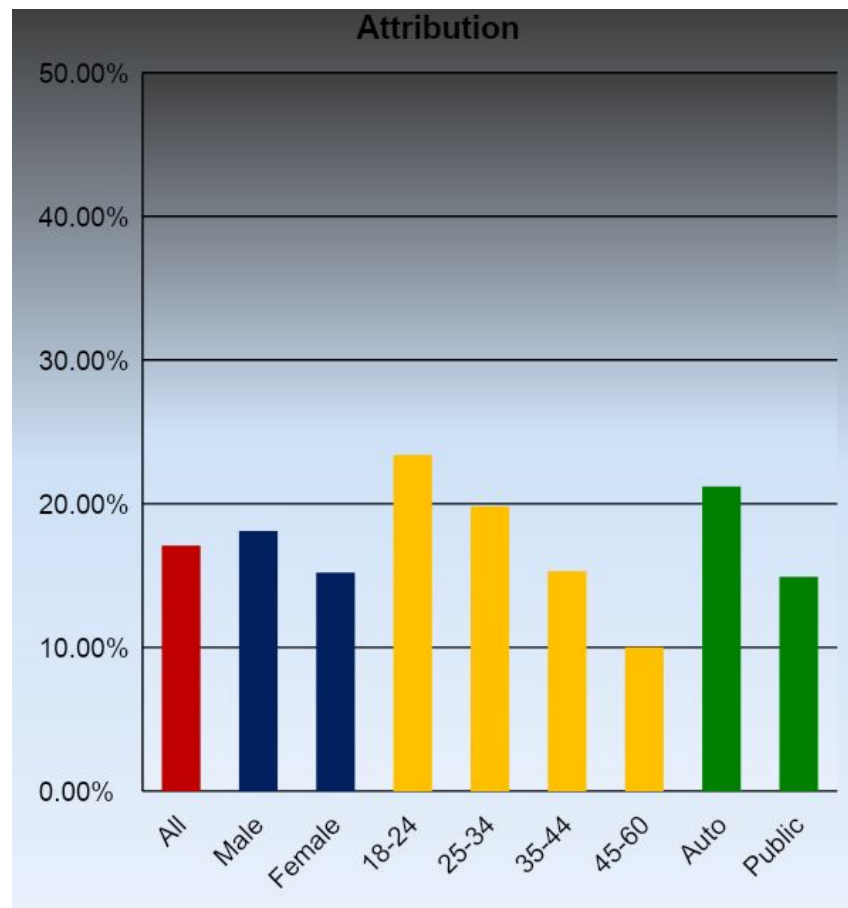
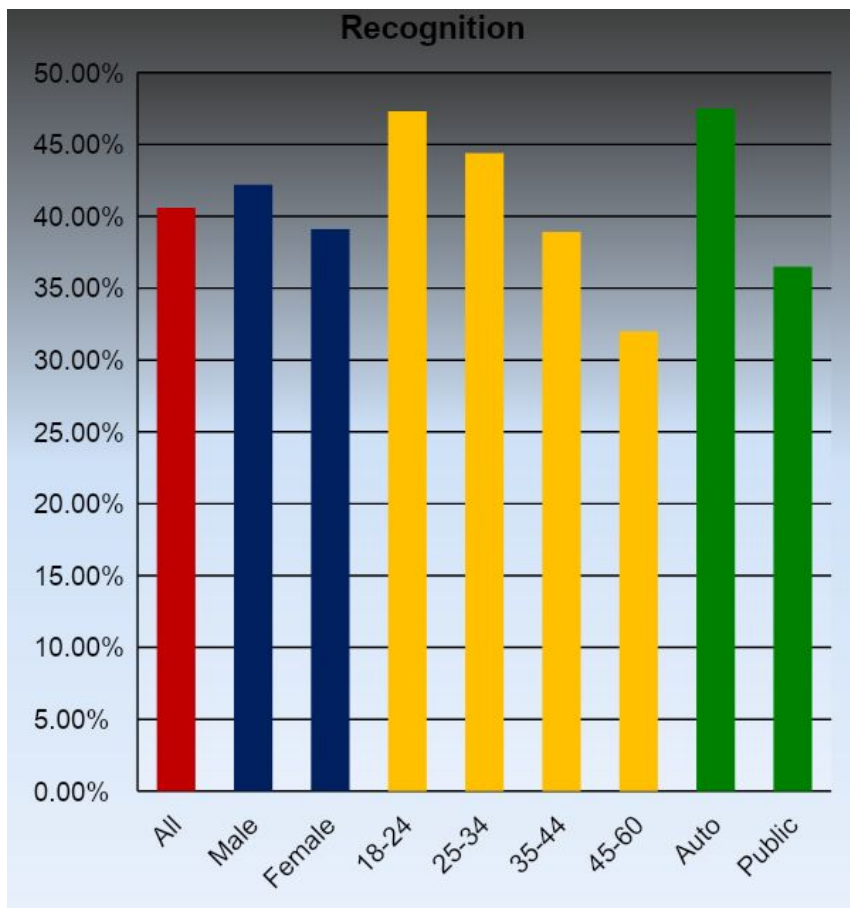
ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

Социологическое сопровождение кампаний в
наружной рекламе



Средние результаты PosterTrack



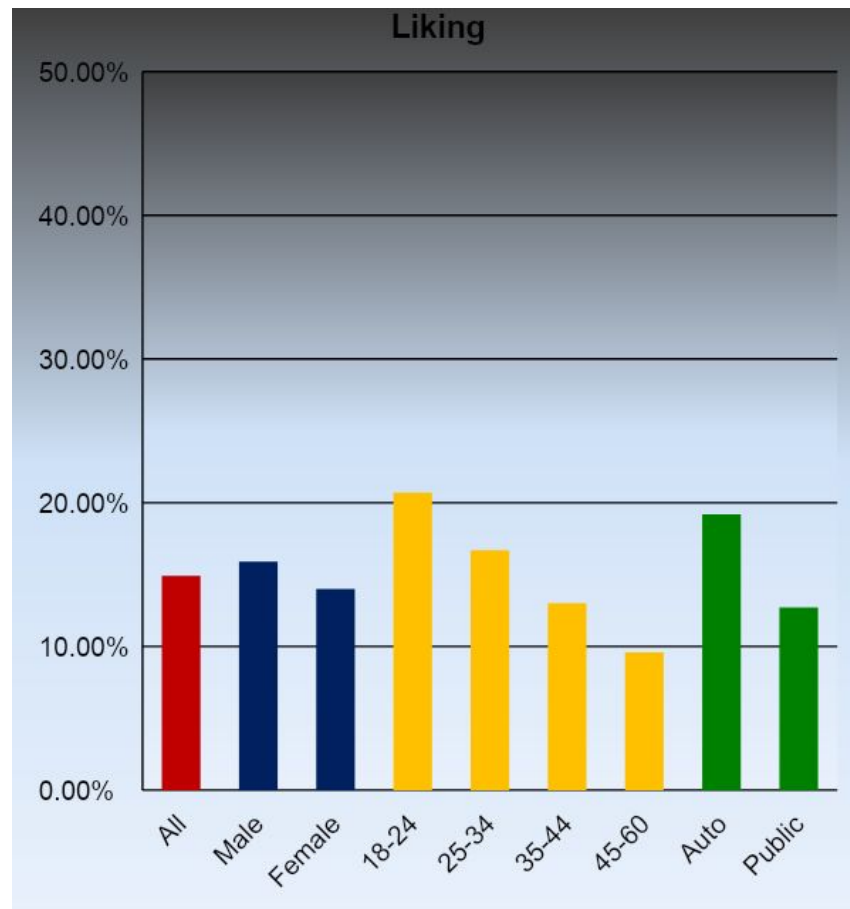
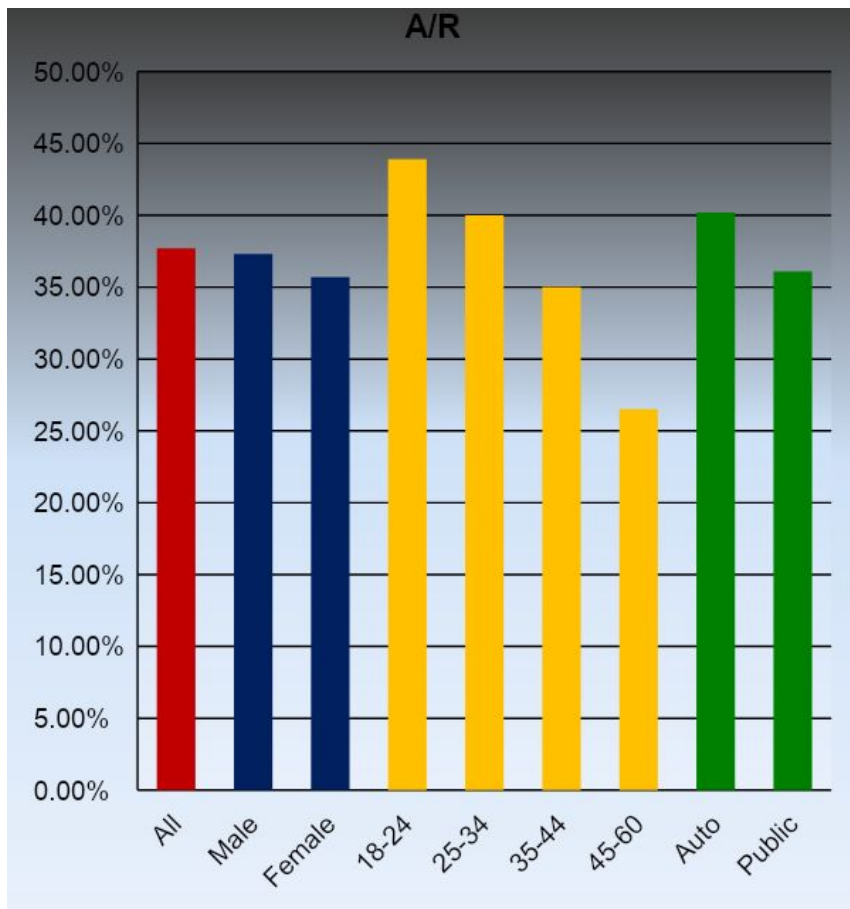
ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

Социологическое сопровождение кампаний в
наружной рекламе



Средние результаты PosterTrack



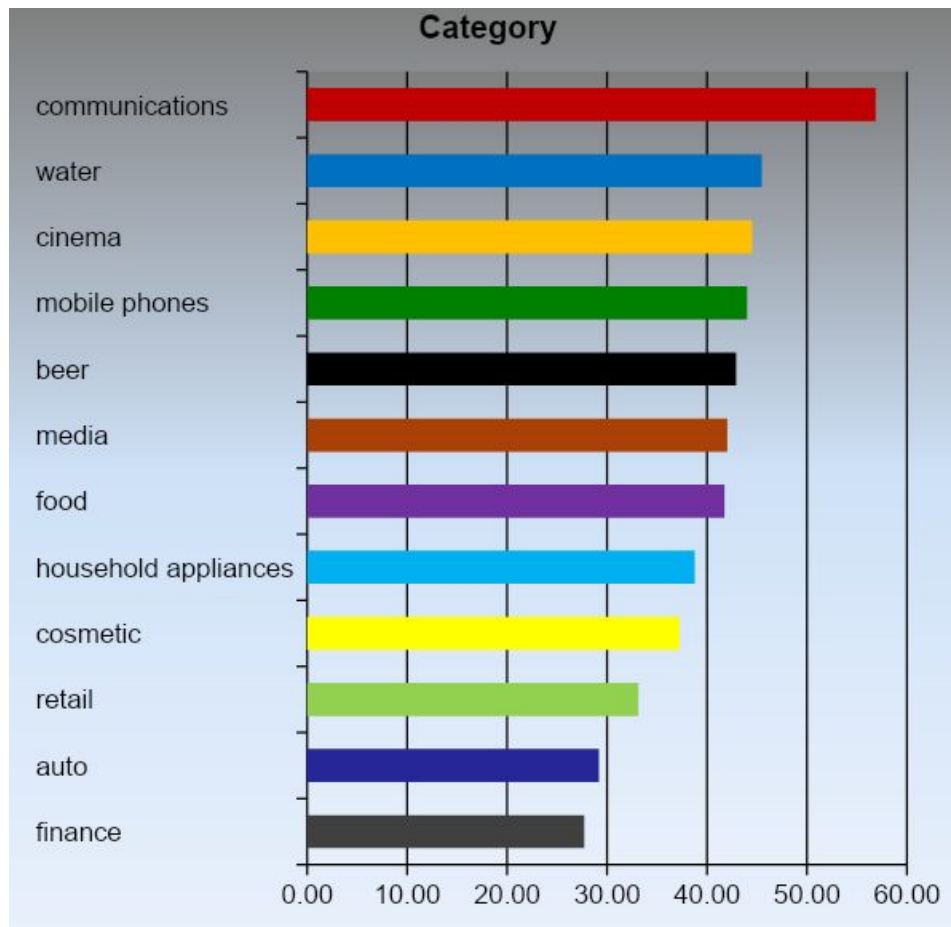
ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

Социологическое сопровождение кампаний в
наружной рекламе



Средние результаты PosterTrack



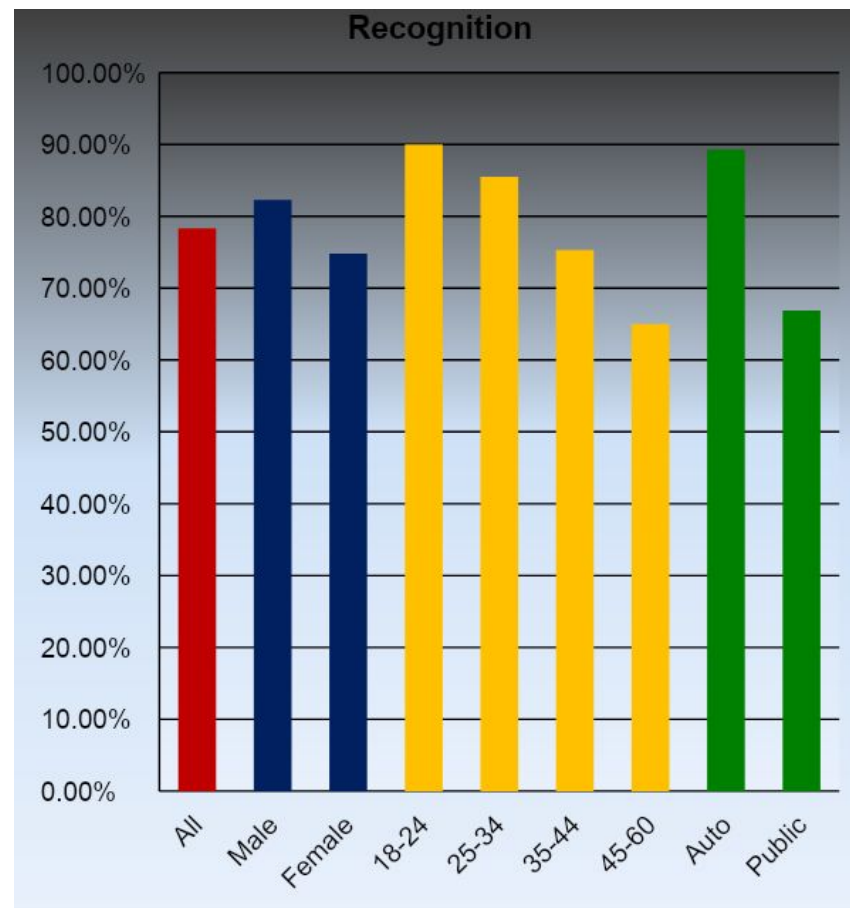
ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

Социологическое сопровождение кампаний в
наружной рекламе



Результаты PosterTrack



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

Социологическое сопровождение кампаний в
наружной рекламе

IV

ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

Рады сотрудничеству!

