



Блок 2 модуль 5 Marketing

# Measuring the Effectiveness of Advertising

Потапова Тамара Михайловна

старший преподаватель кафедры иностранных языков в сфере экономики и права

# Measuring the Effectiveness of Advertising



<https://blog.adstage.io/2017/07/11/measure-advertising-effectiveness>



# Steps of advertising campaigns

Choose a target group



Choose a way of advertising



Launch a campaign



## Now we have to measure how effective our campaign is

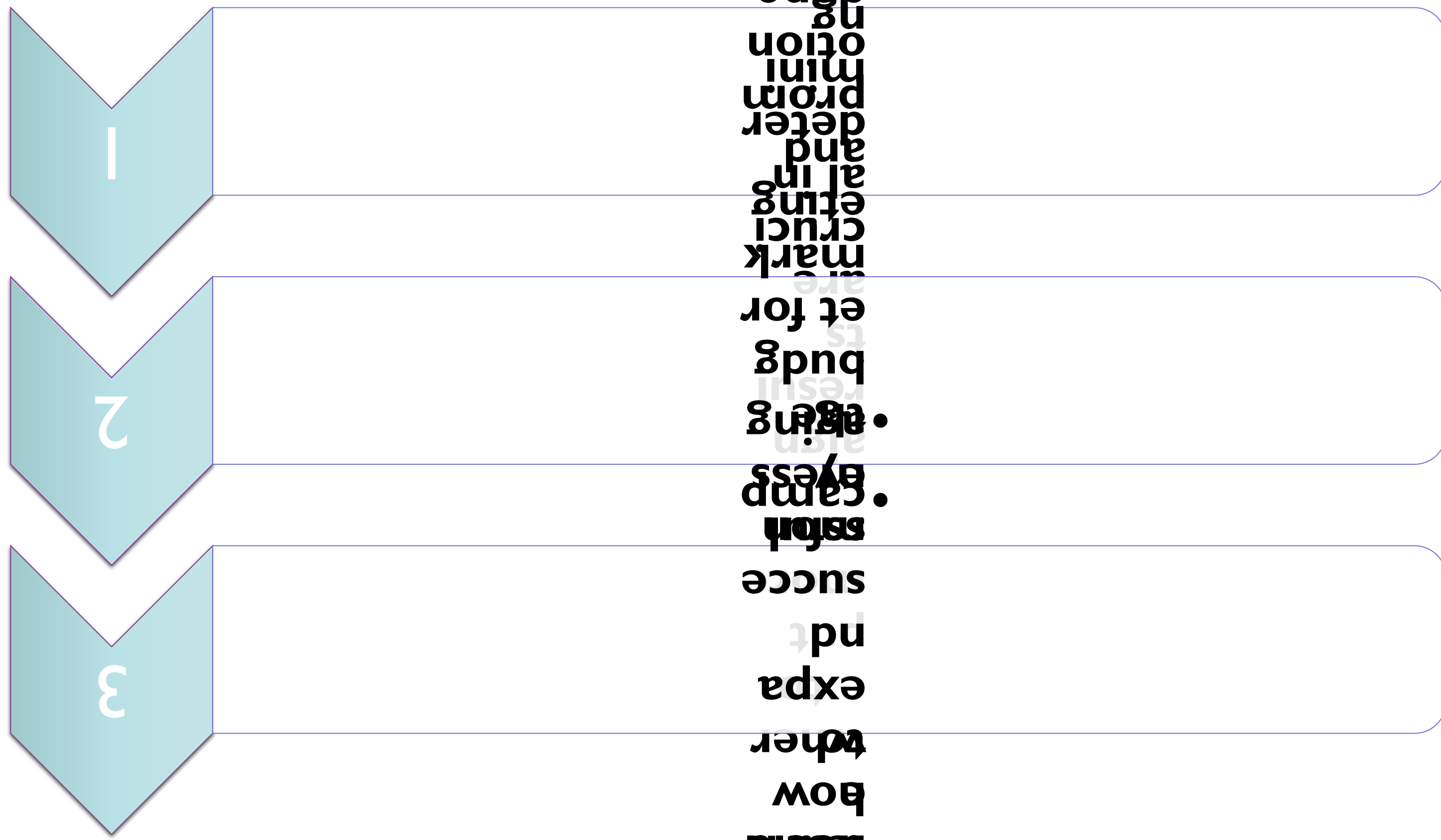
- To launch (to start) – a product, a project, a
- To campaign - запускать (проект, продукт, компанию)

### campaign vs company

- Campaign – серия действий
- Company (firm, business) – компания как фирма, предприятие
- To promote – продвигать
- A target group -целевая группа



# Why is it important?



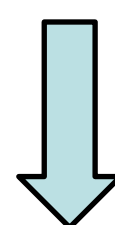
## Reasons for measuring advertising campaign - Vocabulary

- **To be crucial – important, basic – быть очень важным, фундаментальным**
- **To determine (plan, actions, policy, strategy)– определять (план, действия, политику, стратегию)**
- **To expand (market, territory, influence)– расширять (рынок, территорию, влияние)**
- **Impact (effect) – влияние**
- **Marketer – маркетолог**
- **To get and analyze results - получить и проанализировать результаты**



## When to test????

before the advertising campaign begins or during its run or after the campaign is fully run.



We should be sure about the accuracy and reliability of feedback



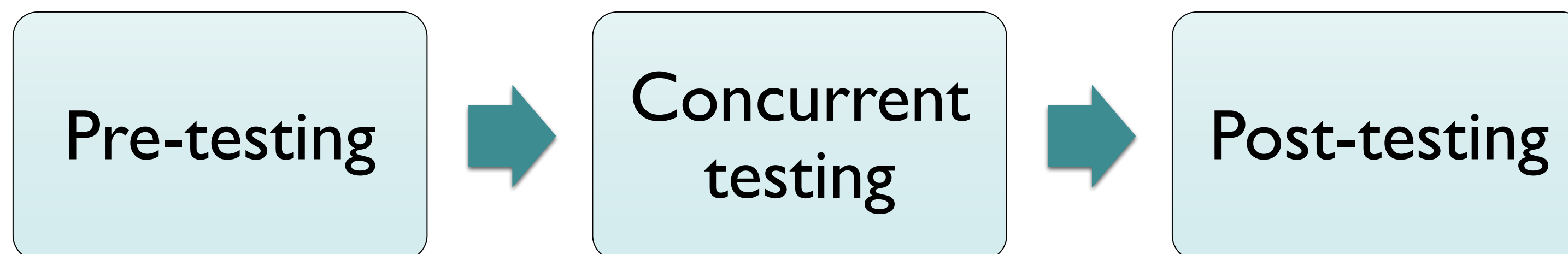
## Testing time - vocabulary

- **To be possible – быть возможным, осуществимым**
- **During the run – во время проведения**
- **To run a campaign – проводить кампанию - to run a business – вести бизнес**
- **Accuracy – accurate (прил.) – правильность, четкость, аккуратность**
- **Reliability – reliable (прил.) - надежность**
- **To rely on – положиться на что-то или кого-то**
- **Feedback (to get, to provide) – обратная связь (получить или обеспечить)**





**How to test? – There are many methods.  
They depend on when we measure the  
effectiveness**



## Vocabulary notes

- **A wide range of** – широкий спектр, выбор чего-либо
- **Technique** – технология
- **To choose from** – выбирать из
- **To depend on a purpose** – зависеть от цели
- **A set of smth.** - набор чего-либо
- **Concurrent** -текущий

***Pre-Post** – приставки с противоположными значениями – пред - после*



# Pre-testing methods 1

## A Check-list test

list of good qualities an effective advertisement should possess

These characteristics are

**honesty, attention getting, readability,  
reliability, convincing ability, selling ability**

The ad that gets highest score is considered the best.



## Vocabulary to pre-testing methods

- **A check-list-** список для проверки – или чек-лист!
- **Quality** -качество
- **To possess** – обладать (to have)
- **To provide a basis** – обеспечивать базу, основу
- **To rank, ranking** – ранжировать, ранжирование
- **Honesty**-честность



## Vocabulary to check-list test

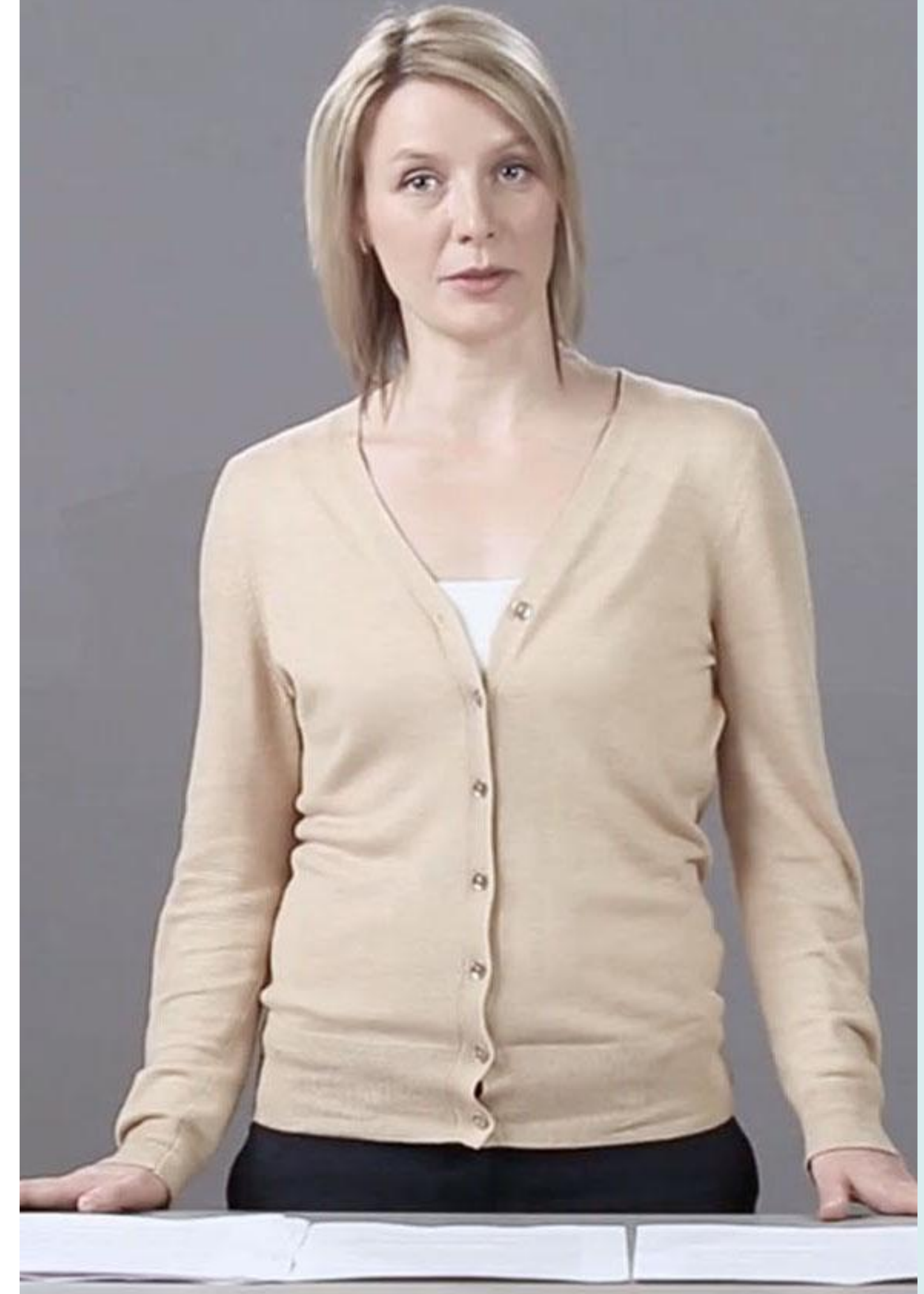
- **Attention getting** – привлечение внимания и привлекающий внимание
- **Readability** - читабельность
- **Convincing ability (to convince smb. of smth.)**- убедительность (убеждать кого-либо в чем-либо)
- **Selling ability** – способность хорошо продаваться
- **To get highest score** – получить высший балл
- **To be considered** - считаться



# Opinion test or consumer jury test

obtains the preference of a sample group of typical prospective consumers of the product or the service for an ad or part of it.

The members of the jury rate the ads as to their headlines, themes, illustrations, slogans by direct comparison.

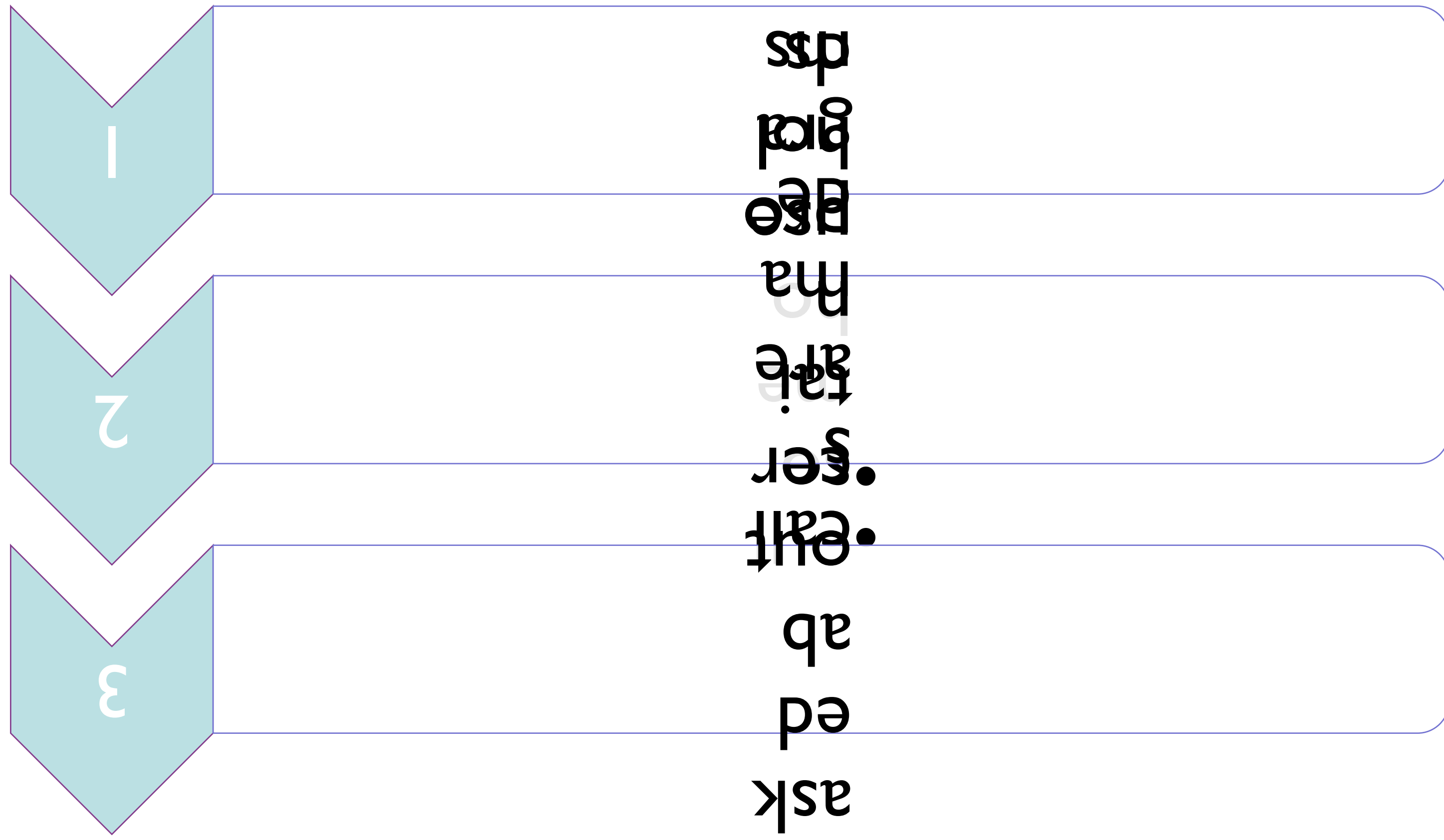


## Vocabulary to opinion test

- **Opinion test** – исследование мнений
- **Jury** - жюри
- **To obtain (to get)** - получить
- **Preference** - предпочтение
- **A sample group** –экспериментальная группа,
- **Prospective** – предполагаемый
  
- **A headline** - заголовок
- **Theme** - тема
- **Slogan** – слоган, лозунг
- **Direct comparison (to compare)** -прямое сравнение (сравнивать)



# Co-incident surveys – how are they made?

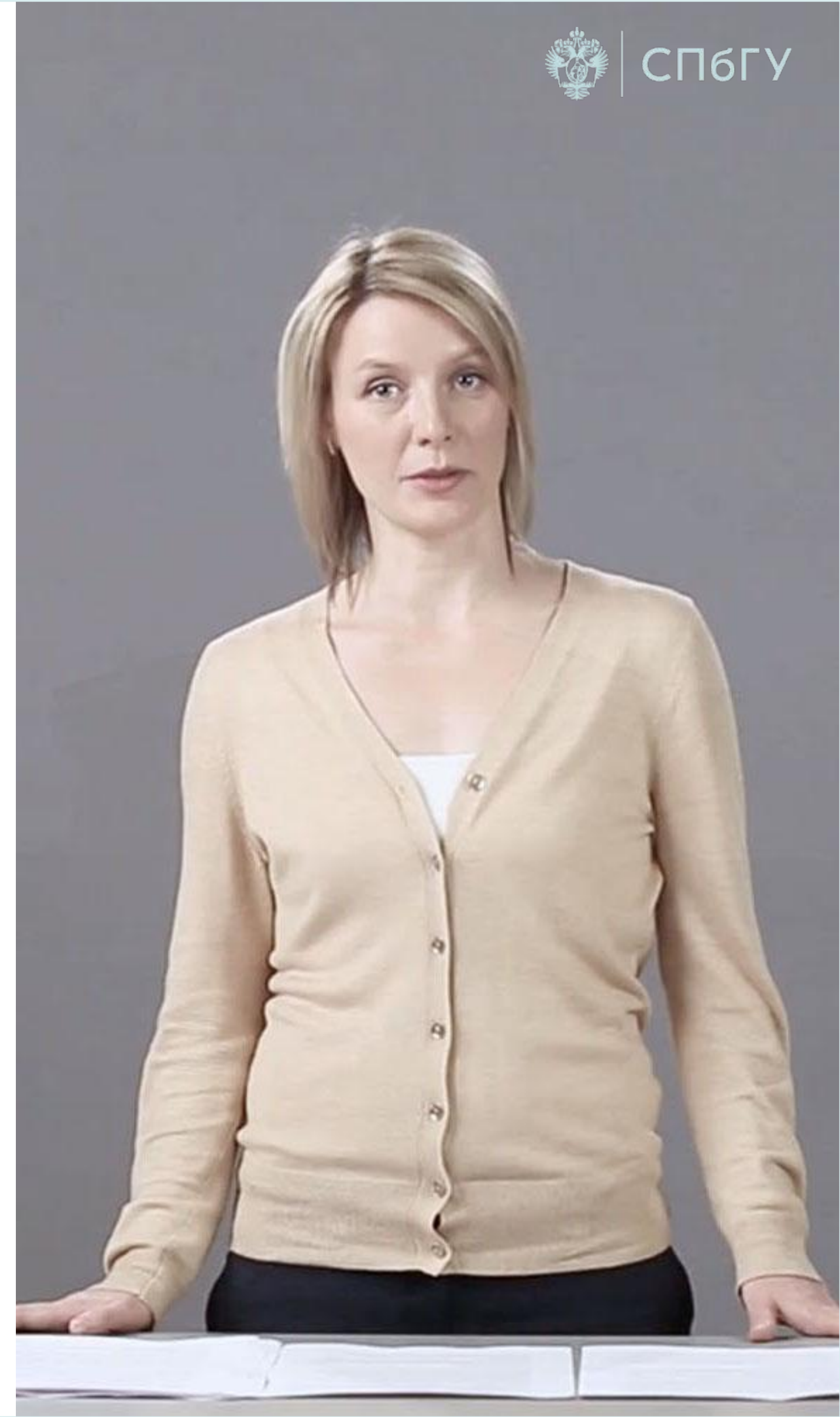




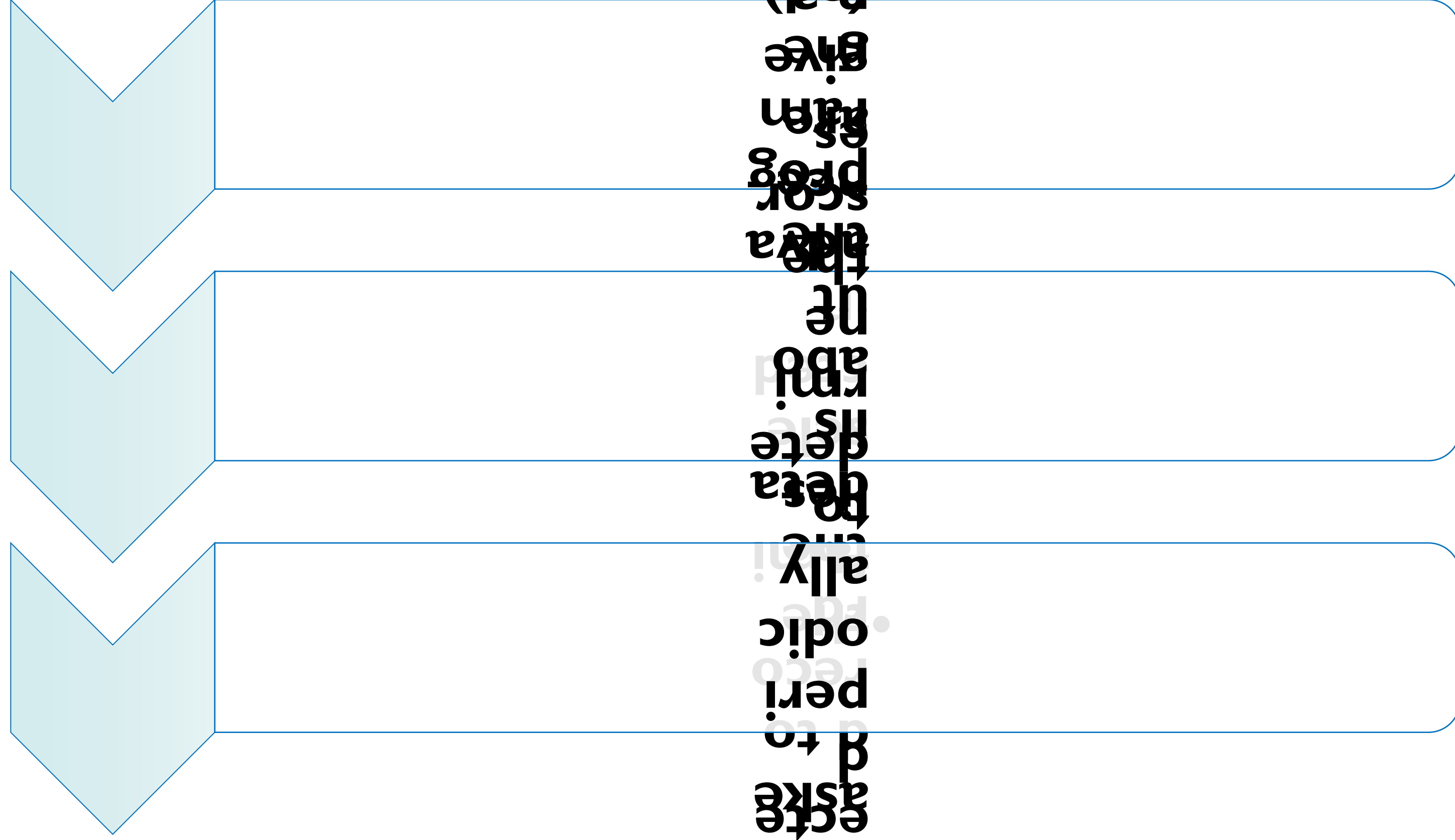
## Vocabulary notes

- **Coincidental (as a method) –случайный (метод случайной выборки)**
  - **Survey - опрос**
  - **A household – домохозяйство, семья**
  - **Respondent – респондент, отвечающий на опрос**
- ✓ **To dislike –не любить - dis – отрицательная приставка**





# Consumer diaries



## Vocabulary to Consumer diaries

- **Consumer diary** –дневник потребителя
- **To select** - выбирать
- **In advance (beforehand)** - заранее
- **To record** - записывать, а record
- **To collect** - собирать
- **To determine** - определять
- **Score** – счет, баллы



# Post-testing methods

## 1. Recognition tests

When we recognize we identify something as having been seen or heard before. It is based on the memory of the respondent. It measures the ad effectiveness.

Recognition - узнавание

To identify – идентифицировать, определить

Something having been seen or heard – что-то увиденное или услышанное

To be based on – быть основанным на

Memory - память

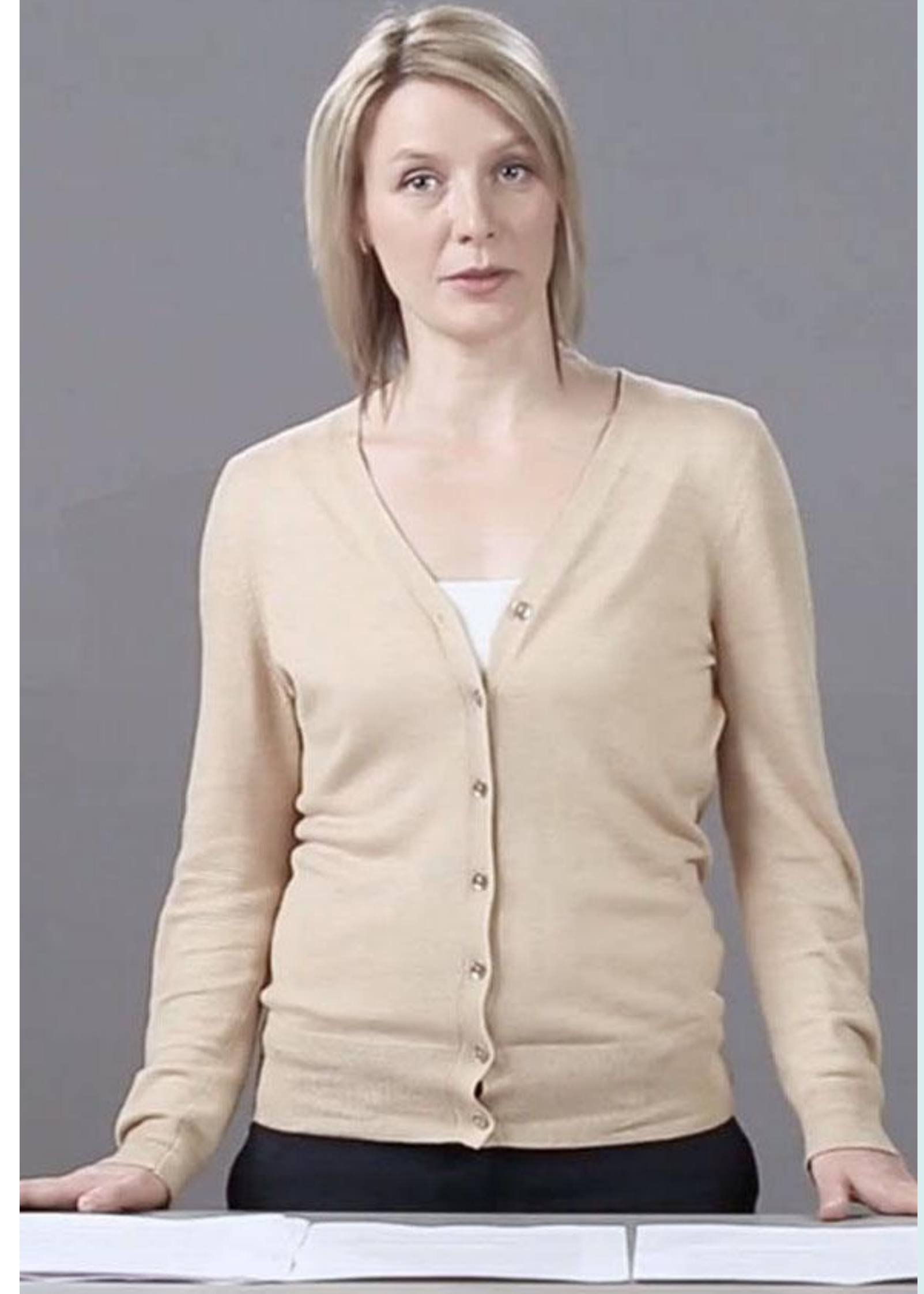


# Sales tests

represent controlled experiment

attempt to establish a direct relationship between one or more variables and sales of a product or service

facilitate testing of one ad against another and one medium against another



## Vocabulary notes

- **A sale** - продажа
  - **To represent** - представлять
  - **To attempt** – пытаться (to try)
  - **To establish** - устанавливать
  - **Relationship** - отношения
  - **A variable**- переменная
  
  - **To facilitate** – способствовать, облегчать, упрощать, помогать (promote, encourage, assist, help)
  - **Medium –media** – среда, средство.
- ✓ Обратите внимание на форму на нестандартную множественного числа.



## And finally – why ad effectiveness testing is a must



## Vocabulary notes

- **To sum up** – суммировать, подводить итог
- **To be a must** – быть необходимым (a must – нечто необходимое, обязательное)
- **To avoid** - избегать
- **Costly (expensive)** - дорогой
- **To select an alternative** – выбрать один из двух вариантов, альтернативу
  
- **Equal** - равный
- **Efficiency** - эффективность
- **Validity and relevance** – валидность и релевантность
- **A method employed (to employ - использовать)** – использованный метод







Санкт-Петербургский  
государственный  
университет  
[www.spbu.ru](http://www.spbu.ru)

1. <https://www.yourarticlelibrary.com/advertising/measuring-advertising-effectiveness-3-methods/49176>
2. <https://blog.adstage.io/2017/07/11/measure-advertising-effectiveness>