



LÖSUNGEN



Werbewirkung untersuchen

INNOFACT Ad Lab

Werbespots können viele unterschiedliche Ziele haben: Angefangen von der Emotionalisierung des Markenimages bis hin zu einer rein rationalen Wirkung auf den Produktabsatz.

Doch wie lässt sich analysieren, ob eine Werbung vom Konsumenten auch wie beabsichtigt wahrgenommen wird, ob sie positiv auf das eigene Markenbild einwirkt oder ob sie die entsprechenden Kaufanreize setzt?

Hierfür ist das **INNOFACT Ad Lab** das ideale Messinstrument – ganz gleich, ob ein einzelner Werbespot getestet werden soll oder mehrere Spots im Vergleich. Auch wenn sich ein Spot oder eine Kampagne noch in der Planungs- oder Umsetzungsphase befindet, kann mittels eines Storyboards bildgestützt das Potenzial des Werbekonzepts bereits im Voraus ermittelt werden.

LÖSUNGEN

Werbung
Ad Lab

DAS MARKTVORSPRUNGSINSTITUT.

INNOFACT  AG



Den Impact der Werbung verstehen

Das standardisierte Studiendesign des **INNOFACT Ad Lab** liefert schnelle und differenzierte Aussagen zur Wirkung von Werbemitteln und kann auch in regelmäßig wiederkehrenden Wellen (Trackings) eingesetzt werden. Topline- Ergebnisse sind je nach Anforderung, Stichprobenumfang und Zielgruppe bereits innerhalb von nur 48 Stunden möglich.

Einfach, schnell, zuverlässig

In Abstimmung mit dem Auftraggeber wird das zu testende Werbemittel in den standardisierten Fragebogen integriert. Die **INNOFACT-Projektablaufe** sind dabei auf die engen Timings bei der Entwicklung von Werbemitteln abgestimmt.

Es können sowohl ein einzelner als auch bis zu fünf Werbespots getestet werden. Dies ist hilfreich für den Vergleich verschiedener Werbeideen oder den Vergleich mit vorausgegangenen Werbekampagnen. Hierbei werden die verschiedenen Spots in getrennten aber strukturgleichen Probandengruppen (monadisch) untersucht. So wird für jeden Spot eine unvoreingenommene und verlässliche Bewertung gewährleistet.



Aufbau und Methodik

Basis der Untersuchung ist ein erweitertes AIDA-Konzept. Die Ergebnisse je Spot werden dabei anhand von drei aggregierten Performance-Scores wiedergegeben, sodass das Potenzial der Werbespots schnell ersichtlich und gut vergleichbar ist (siehe Abbildung).

INNOFACT findet die Antworten

Das **INNOFACT Ad Lab** liefert u.a. Erkenntnisse zu den Kernindikatoren für erfolgreiche Werbung:

- Wie ist das Gesamtgefallen?
- Wird die Botschaft der Werbung verstanden?
- Wie gut wird die Werbung mit der Marke verknüpft?
- Wird sie als passend zur Marke wahrgenommen?
- Wie ist die emotionale Wahrnehmung der Werbung?
- Wie stark ist die Kaufaktivierung?
- Wird die Werbung als neu/einzigartig empfunden?
- Ist sie glaubwürdig?

Optionale Zusatzmodule

■ Tachistoskop-Test

Analyse des Ersteindrucks des Werbemittels durch Kurzpräsentation (z.B. 5 Sekunden) – idealer Test u.a. für Online-Werbung.

■ Brand Image Pre- und Post-Test

Erhebung des Markenimages vor und nach Vorlage des Werbemittels.

■ Facial Coding

Erfassung und Analyse der Gesichtszüge von Probanden während des Werbespots mittels einer Webcam.

Foto: Adobe Stock