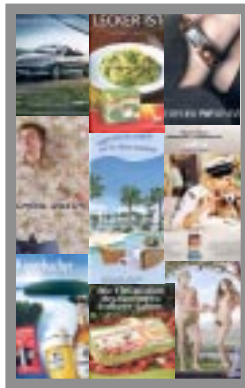




ANZEIGEN - PSYCHOMETER

Methodenbeschreibung

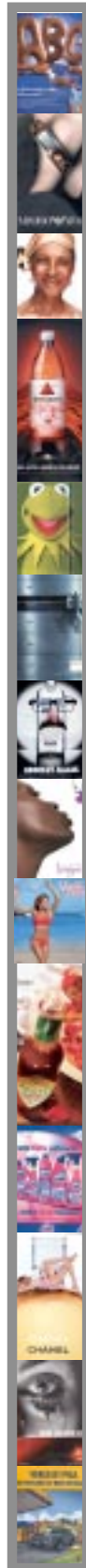


PsychoMeter- Test

Der PsychoMeter ist ein standardisiertes Pre- und Postmesssystem, das für die vier klassischen Werbemittel angewandt wird.

Die Messungen werden zum Teil in Eigenregie durchgeführt und die Ergebnisse den werbenden Firmen zum Kauf angeboten. Diese Art der Vermarktung macht den Test für den einzelnen Kunden preisgünstiger, gleichzeitig lässt sich im Vergleich zur reinen Auftragsforschung eine ungleich größere Zahl an Werbemitteln überprüfen. So erfasste IMAS International seit der Einführung 1992 mehrere tausend HF-Spots mit dem PSYCHOMETER-Messverfahren.

Selbstverständlich ist es aber auch problemlos möglich, einen Spot in Ihrem Auftrag zu testen. Bei Posttests wird die Anzeige in einem der Titel überprüft, in denen sie erscheint. Bei Pretests wird die Anzeige in einen Titel, in dem sie geschaltet werden soll, einmontiert.



Test- Methode

Die Anzeigen-Tests werden von unseren Interviewern „im Feld“ durchgeführt (face-to-face-Interviews).

Befragt werden insgesamt 120 Leser der jeweiligen Testzeitschrift (davon 60 Männer/60 Frauen, je zur Hälfte 16-29 und 30-50 Jahre alt).

Zu Beginn des Tests wird die Zeitschrift komplett durchgeblättert. Danach wird mit Hilfe der Markenstützung abgefragt, an welche Anzeigen man sich noch erinnern kann.

Die übrigen Fragen zur Wiedererkennung, Bekanntheit und inhaltlicher Wirkung werden für jedes Motiv einzeln anhand der im Heft enthaltenen Anzeige gestellt.

Test- Inhalt

1. Anzeigen-Erinnerung

- 1.1 Die markengestützte Erinnerung
- 1.2 Die Wiedererkennung
- 1.3 Die Bekanntheit (schon zuvor als Inserat gesehen)

2. Resonanz

- 2.1 Das Gefallen
- 2.2 Likes/Dislikes in offener Ermittlung
- 2.3 Die Relevanz (sehr interessant)
- 2.4 Der Einfluss auf die Meinungsbildung
- 2.5 Die Wissensvermittlung
- 2.6 Die Kauf-/Empfehlungsanreiz

3. Detail-Urteil

Auf einer Liste werden folgende Attribute zur Beurteilung der Filme vorgegeben: Sympathisch, originell, auffällig, Produkt wird gut gezeigt, überzeugend, reizt zum Kaufen/Hingehen, leicht verständlich, informativ, durchschnittlich, langweilig, etwas verwirrend

IMAS International ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut mit Sitz in München.

Ein Team von hochkarätigen Experten steht Ihnen für Ihre Forschungsvorhaben innerhalb Deutschlands zur Verfügung und koordiniert für Sie Projekte rund um den Globus.

Innerhalb des umfassenden Spektrums demoskopischer Dienstleistungen unseres Hauses nimmt die Werbe- und Kommunikationsforschung einen ganz besonderen Platz ein.

Wir bieten dafür folgende Tools an:



Kontakt

Sollten Sie Fragen haben, zögern Sie bitte nicht, uns zu kontaktieren. Gerne stehen wir Ihnen für weitere Auskünfte oder die Annahme Ihrer Bestellung zur Verfügung.

Irmtraud Seitz
seitz@imas-international.de
Tel.: 0049 - (0) 89 / 490 417 16
Fax.: 0049 - (0) 89 / 490 417 66

Dr. Gudrun Klupacek
klupacek@imas-international.de
Tel.: 0049 - (0) 89 / 490 417 12
Fax.: 0049 - (0) 89 / 490 417 66