



TV-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 1990 mehrere tausend TV-Spots mit dem PSYCHOMETER-Messverfahren.

Selbstverständlich ist es aber auch problemlos möglich, einen Spot in Ihrem Auftrag zu testen. Wir benötigen dazu lediglich eine DVD mit Ihrem Commercial, das wir dann in einen Werbeblock einschneiden.



Test- Methode

Die TV-Spots werden in Blöcken von 20 Beiträgen mittels Studiotests in den Städten Hamburg, Köln und Nürnberg überprüft.

Pro Spot werden 120 Testpersonen befragt (davon 60 Männer/60 Frauen, je zur Hälfte 16-29 und 30-50 Jahre alt).

Die Testblöcke werden einmal vorgespielt, danach werden die Fragen aus der Erinnerung beantwortet.

Test- Inhalt

1. Spot-Erinnerung

- 1.1 Die spontane Erinnerung
- 1.2 Die markengestützte Erinnerung
- 1.3 Die Szenenerinnerung (Storyboard)
- 1.4 Die Bekanntheit (schon zuvor im TV gesehen)

2. Resonanz

- 2.1 Das Gefallen
- 2.2 Likes/Dislikes in offener Ermittlung
- 2.3 Die Relevanz (sehenswert)
- 2.4 Der Einfluss auf die Meinungsbildung
- 2.5 Die Kauf-/Empfehlungsbereitschaft

3. Detail-Urteil

Auf einer Liste werden folgende Attribute zur Beurteilung der Filme vorgegeben: Sympathisch, unterhaltend, Musik gefällt besonders gut, auffällig, interessant, Produkt wird gut erklärt, überzeugend, reizt zum Kaufen/Hingehen, durchschnittlich, langweilig, übertrieben, etwas verwirrend

Test-Auswertung

Die Auswertung der Testergebnisse erfolgt nach Alter, Geschlecht und Zielgruppe (weitester Verwender-/Interessentenkreis).

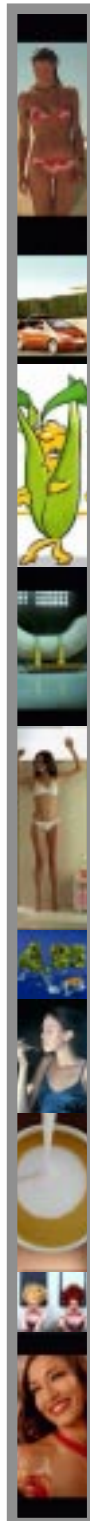
Die Resultate werden in Tabellen und Charts aufbereitet und vor dem Hintergrund der Resultate der 19 anderen im Testblock enthaltenen Beiträge und der den Auftragsspot betreffenden Branchendurchschnittswerte kommentiert.

Darüber hinaus sind **Vergleiche** zu Spots Ihrer Mitbewerber und/oder bereits getesteten Produktionen Ihres Hauses/ Ihrer Marke möglich. Eine Liste mit den verfügbaren Spots können Sie gerne bei uns anfordern.

Normwerte/ Benchmarks

Eine der herausragenden Stärken des PSYCHOMETER-Tests liegt in seiner vollen Vergleichbarkeit auf Grund der Standardisierung des Erhebungsverfahrens. Daher können aus der Datenbank, welche die Ergebnisse von ca. 8000 überprüften TV-Commercials umfasst, Benchmarks generiert werden. Sie berücksichtigen die unterschiedlichen Voraussetzungen der Spots im Hinblick auf die Länge, Bekanntheit und Branchenzugehörigkeit.

Die aus dem Verhältnis von tatsächlich erreichten Werten und Benchmarks gebildeten Indizes bilden auch die Grundlage für das Ranking der w & v-Favoriten, der „Hitliste“ der Werbemittel, die seit 1994 - abwechselnd für TV-Spots, Anzeigen, Radio-Spots und Plakate - in der Zeitschrift **WV** veröffentlicht wird.



Test-Spots

Überprüft werden neben den zum Test beauftragten Filmen aktuelle Spots, die vor dem jeweiligen Testzeitpunkt on air sind.

Die Blöcke beinhalten Beiträge verschiedener Branchen und unterschiedlicher Länge.

Test-Kosten

Der Preis für die Standardauswertung im Blockvergleich beträgt:

3.200,- Euro

(zzgl. 19% Mehrwertsteuer)

Die Kosten der Standardauswertung inklusive zusätzlicher Vergleiche zu maximal fünf weiteren aus dem Datenpool herangezogenen Spots betragen:

4.200,- Euro

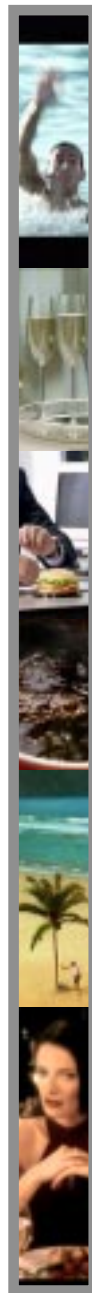
(zzgl. 19% Mehrwertsteuer)

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.

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

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