

Post-test Publicitario OC
OPCION Actualización
www.opcion.com.uy
info@opcion.com.uy
Tel: (005982) 4026509
Montevideo- Uruguay



Post -Test
Publicitario O.C

Encuestas de Post-test Publicitario OC

¿Qué son las encuestas de Postest Publicitario OC?

Son encuestas representativas focalizadas en un número acotado de variables “clave” para evaluar la eficacia de su campaña publicitaria y por tanto evaluar su permanencia/retiro/renovación.

Las Encuestas de Post-test Publicitario OC permiten a su empresa disponer de una medición cuantitativa del efecto de su campaña publicitaria, permitiéndole evaluar su eficiencia en términos de: tasa de recordación; agrado/desagrado que provoca la pieza publicitaria; imagen de marca, impacto en actitud de compra.

¿Cuáles son los principales contenidos de una encuesta de Post-test Publicitario?

1) Recordación Espontánea

¿Le pediría que me mencione espontáneamente los primeros anuncios que recuerde de la televisión?; ¿Radio? ¿Prensa escrita? ¿Usted habitualmente mira / escucha / lee algunos de los siguientes programas/ diarios & revistas? ¿Que anuncios publicitarios recuerda se emiten durante esos programas?

2) Recordación Asistida

¿Cuáles anuncios recuerda de (especificar productos/servicios)?
¿Recuerda el anuncio de (Nombre de Marca)?

3) Eficiencia en la comunicación/persuasión

¿Podría describirlo? ¿Qué ideas y sensaciones le transmite esa publicidad?

4) Aceptación / Rechazo

En cuanto al agrado o desagrado que le genere esa publicidad, usted diría que es: 1-muy desagradable; 2- desagradable; 3- indiferente; 4- agradable; 5- muy agradable

5) Imagen de Marcas

¿Con qué palabras describiría a las siguientes marcas y variedades de productos/servicios que le nombraré a continuación?

(Nombre de Marca 1) _____

(Nombre de Marca 2) _____

(Otras)



Metodología y Especificaciones Técnicas

■ TIPO DE ESTUDIO

Estudio cuantitativo en base a aplicación de 200/400 Encuestas Telefónicas a personas de 14 años y más, a partir de muestra aleatoria probabilística, con un margen de error global de +/- 7% /+-5% y un nivel de confianza de 95%. Muestreo cuotificado manteniendo proporcionalidad en la muestra a través de la definición de cuotas preacordadas con la empresa (sexo/edad). La representatividad de la muestra telefónica se garantiza a partir de: a) comparación de las bases de datos en función de datos del nivel socioeconómico de la población encuestada y parámetros del Instituto Nacional de Estadística.

■ UNIVERSO A MUESTREAR Y PROCEDIMIENTO DE MUESTREO

Personas de 14 años y más, residentes en localidades del país mayores a 5.000 habitantes. Muestreo aleatorio simple manteniendo proporcionalidad en la muestra de cuotas de sexo, edad y nivel socioeconómico.

■ MODALIDAD DE ENCUESTA

Encuesta Telefónica de 4 mins. de duración.

■ SUPERVISIÓN Y CONTROL DE CAMPO

Control aleatorio del 20% de las encuestas realizadas.

■ PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Las encuestas serán codificadas e ingresadas a una base de datos que se depurará controlando inconsistencias. La información se procesa mediante programa informático estadístico SPSS.

¿Por qué someter sus campañas a post-tests publicitarios?

La presente herramienta de investigación se orienta a que la empresa cuente con insumos de información acerca de la curva de eficiencia en su inversión publicitaria:

¿Hasta cuando mi inversión publicitaria genera resultados beneficiosos en términos de recordación, imagen de marca, motivación y persuasión? ¿Cuándo es más rentable cambiar la creatividad publicitaria en comparación con mantener una campaña en el aire?

Una publicidad que alcanza su grado de saturación puede ser contraproducente para la imagen de marca, generando hastío y desmotivación en su público objetivo. Al mismo tiempo la manutención de dicha pauta en el aire implica gastos para la empresa que pueden invertirse en una nueva creatividad publicitaria más eficiente para la empresa.

En publicidad, debemos decidir cuándo emitir un anuncio y cuándo retirarlo. Esto significa retirar un anuncio malo rápidamente y poder calibrar el punto de desgaste de una buena creatividad. El recuerdo publicitario se construye más rápidamente de lo que la mayoría de la gente supone, con un rendimiento decreciente. Cada exposición a un anuncio provoca menos recuerdo publicitario incremental que la exposición que le precede.

Cabe destacar las sugerencias de la prestigiosa empresa de Investigación Ipsos (Ideas. España. 2003)

“En televisión, una buena creatividad puede determinarse/ medirse en 500–700 GRPs acumulativos. Por el contrario, una creatividad floja puede alcanzar su óptimo por 750 –1000 GRPs acumulativos y debe retirarse a partir de ahí. La persuasión, el impacto de la publicidad, también se construye rápidamente, con un rendimiento decreciente. La persuasión de la publicidad televisiva a menudo alcanza su pico máximo antes de 1000 GRPs acumulativos, por ejecución.”

“Por lo tanto, cuando combinamos la construcción (y contribuciones incrementales) para el Recuerdo y para la Persuasión, como una función de los GRPs de TV, recomendamos a los clientes retirar una mala creatividad a los 1000 GRPs acumulativos (o antes). En el caso de los buenos anuncios recomendamos reemplazar o mejor “refrescar” la creatividad después de los 1500 GRPs acumulativos, más o menos.” (IPSOS Ideas España, 2003)”

Inversión Estimada

La propuesta de OPCION CONSULTORES permite a su empresa disponer de flujos de información continua para la gestión de marketing a costos de información y consultoría significativamente menores a los costos de mercado. Ello le genera el beneficio de incrementar la efectividad y rentabilidad de sus inversiones en distintas actividades de marketing (producto, promoción y ventas).

Qué Distingue a Opción Consultores

Amplia variedad de servicios especializados de investigación de mercados para la evaluación del entorno de marketing de la empresa. Consultoría especializada en planificación estratégica de marketing. **Los servicios de investigación de mercados se combinan con consultoría en definición de lineamientos estratégicos de marketing (área de producto, distribución y ventas, comunicación, promoción y precios). Los servicios ofrecidos permiten generar economías y capitalizar oportunidades a su marca a partir de la definición de estrategias sobre la base de información de mercado.** Opción le ofrece un servicio personalizado y comprometido con la generación de valor para su empresa, buscando generar economías en los costos de acceso a la información.

Servicio desarrollado por Opción Consultores. Para mayor información comunicarse con Opción Consultores: (005982 4026509)

info@opcion.com.uy
www.opcion.com.uy
www.externainvestigacion.com