

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



Pre-Test Publicitario O.C.

Pre-Test Publicitario OC

¿Qué son los estudios de Pre-Test Publicitario OC?

OPCIÓN Consultores ofrece la herramienta de “Pre-Test Publicitario O.C.” que implica someter un concepto publicitario, un “storyboard”¹, o una serie de “piezas editadas finales” a la recepción de su audiencia objetivo para evaluar su impacto y el logro de los objetivos para la cual fue diseñada.

Según investigaciones de IPSOS España los hallazgos inferidos a partir de pre-tests publicitarios alcanzan un 80% de efectividad, lo que en términos de evaluación de riesgo implica un fuerte seguro para la empresa.

Por otra parte, cabe destacar que una campaña sometida a evaluación y a partir de la cual se verifica una recepción fuertemente positiva confiere los siguientes beneficios económicos para la empresa:

- › requiere de una menor exposición publicitaria para comunicar el mensaje;
- › permite alcanzar una mayor recordación y comprensión del mensaje con una menor cantidad de exposiciones;
- › puede ser mantenida durante un mayor lapso de tiempo antes de renovar la campaña.

¹ Serie de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse.



Objetivos de un Pre-Test Publicitario

Conocer en profundidad la recepción y decodificación individual y grupal de un set de mensajes que forman parte de una propuesta de campaña publicitaria, con la finalidad de evaluar si la propuesta será efectiva en el cumplimiento de los objetivos publicitarios para los cuales ha sido diseñada.

- > Analizar **reacciones (aceptación o rechazos)** que genera un concepto / storyboard o pieza publicitaria en grupos que simulan sus públicos objetivos y situaciones de recepción: **nivel de agrado/desagrado que una pieza despierta en su público objetivo;**
- > Analizar en dicho contexto **la atracción e interés que el mensaje despierta** inserto en una tanda publicitaria;
- > Potencial de **recordación del mensaje publicitario – “recuerdo inmediato”** -: insertando el mensaje en una tanda de mensajes publicitarios... ¿qué impresión en la memoria genera el mensaje publicitario?;
- > Analizar la **comprensibilidad del mensaje** para sus públicos objetivos: ¿el mensaje es claro para el/los receptores?; ¿se presenta algún grado de disonancia cognitiva?, ¿qué se comprende a partir del mismo?;
- > Evaluar la **credibilidad del mensaje publicitario**: cuál es la capacidad del mensaje para ser aceptado por su público objetivo;
- > Conocer cuál es el **nivel de asociación entre las piezas publicitarias, el producto y marca**, así como **analizar influencia del mensaje en imagen de producto y marca;**
- > Conocer **cómo el mensaje afecta en las actitudes presentes en la relación producto - consumidor**: motivación a la compra y consumo; **sugestión al consumo lograda por el mensaje;**
- > **Evaluación final de diferentes opciones de conceptos/storyboards/ piezas publicitarias, y acerca de continuidad/cambio de rumbo en el proyecto publicitario.**

Metodología y Especificaciones Técnicas

Estudio cualitativo en base a la conformación de Focus Groups (Grupos Motivacionales) y/o Grupos Naturales.

■ **Focus Groups:** técnica cualitativa grupal destinada a obtener significaciones racionales/afectivas relativas a pautas/estímulos propuestos a grupos. Sus participantes no se conocen entre sí y pertenecen a segmentos sociales a los que se dirigiría la campaña publicitaria, emulando contexto social en el que se receptionan y decodifican los mensajes.

Su principales fortalezas son: a- logro de mayor cantidad de información en base al efecto de sinergia grupal; b- recepción, decodificación y acción de los participantes en base a normas propias del contexto social grupal en el que se encuentran insertos; c- son más económicos que las entrevistas en profundidad.

■ **Grupos Naturales:** técnica cualitativa grupal destinada a obtener significaciones racionales/afectivas relativas a pautas/estímulos propuestos a grupos. Sus participantes se conocen entre sí y conforman grupos de referencia en los cuales se receptionarían naturalmente los mensajes publicitarios emitidos durante la campaña: ej. – grupo de amigos; núcleo familiar; adolescentes integrantes de una misma clase de liceo, etc.

Sus principales fortalezas son: a- se logra una sinergia grupal, aunque la misma no es tan intensa como la presente en los “focus groups”; b- el contexto de decodificación del mensaje es más cercano al contexto real en el que efectivamente serán decodificados y evaluados los mensajes; d- su costo es levemente más económico que el de los “focus groups”.

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