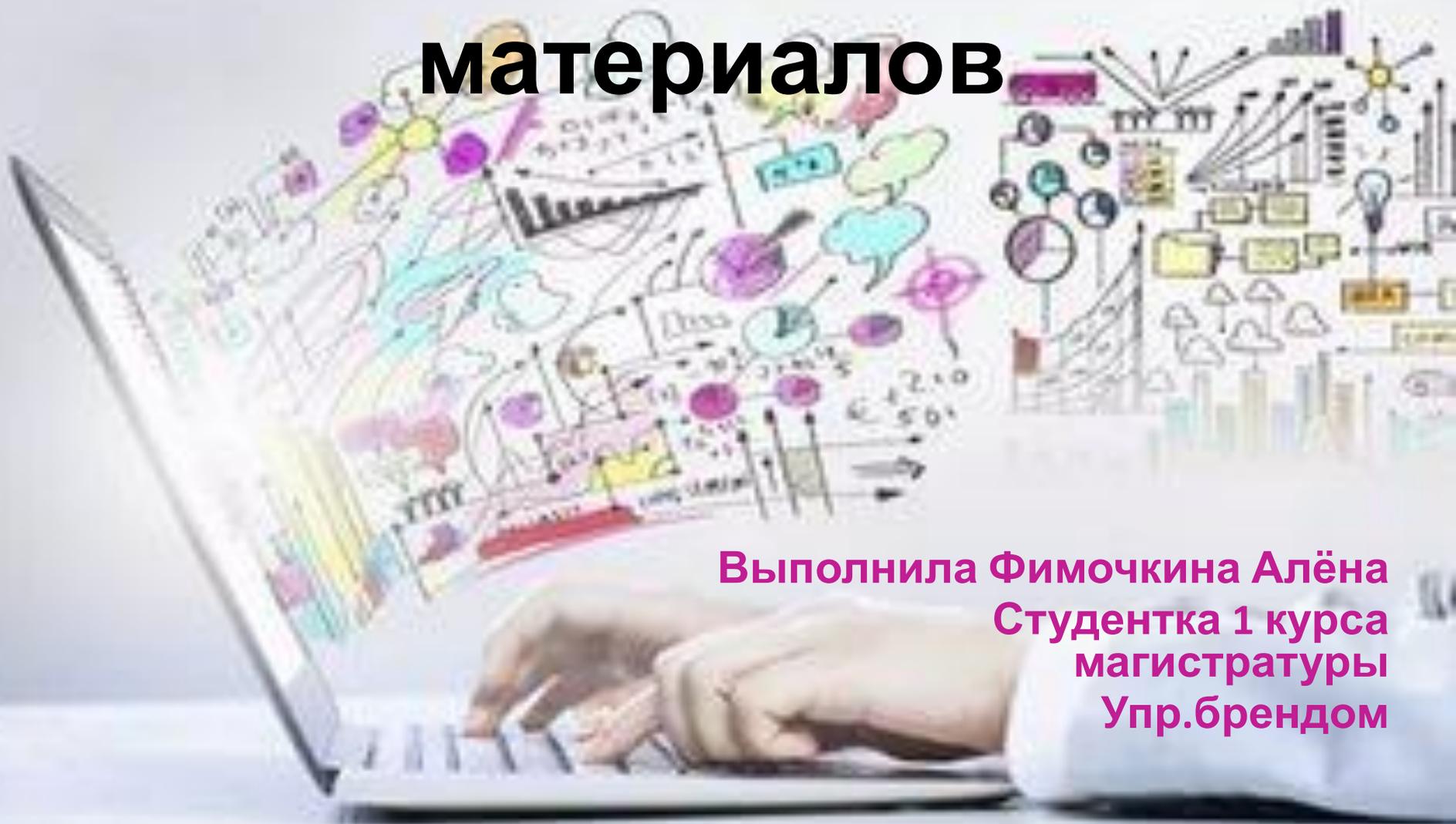


Преимущества онлайн тестирования рекламных материалов



Выполнила Фимочкина Алёна
Студентка 1 курса
магистратуры
Упр.брендом

Онлайн — оптимальная среда для исследований рекламы



Какие преимущества предоставляет онлайн?

ONLINE

**Скорость
исследования и
получения
данных
(3-5 дней)**

**Охват
аудитории
и**

**Значительная
экономия
бюджета (до
50%)**



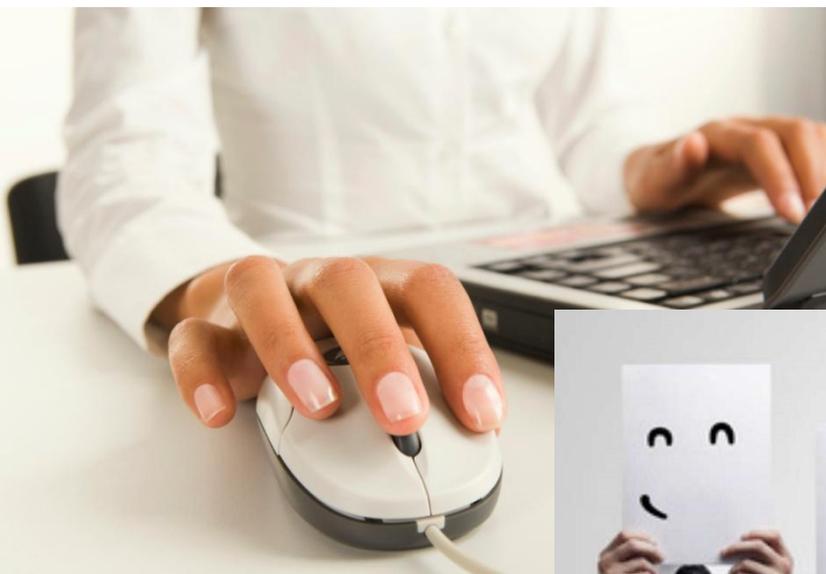
Какие преимущества предоставляет онлайн?

- ✓ Возможности онлайн по работе с различными медиа-файлами



Какие преимущества предоставляет онлайн?

- ✓ Особые подходы к тестированию рекламы позволяют понять, насколько заметной является реклама различных видов и форматов, а также как окружение влияет на ее восприятие.



Какие преимущества предоставляет онлайн?

- ✓ Возможность строго контролировать методику теста



Какие преимущества предоставляет онлайн?

- ✓ Упрощение процесса проведения трекинговых исследований



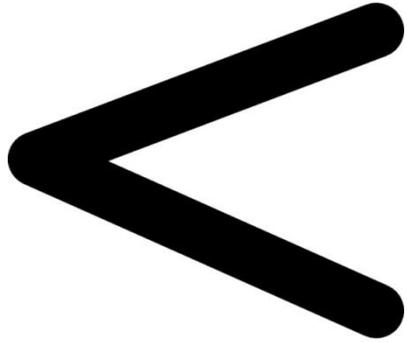
Какие преимущества предоставляет онлайн?

✓ Эффективная защита креатива от несанкционированного копирования:

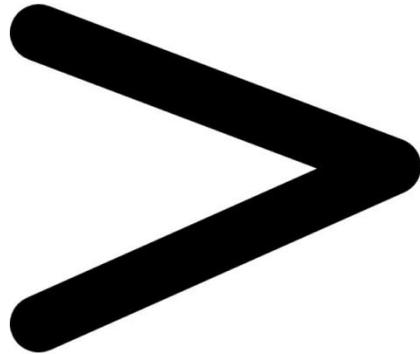
- невозможность вернуться на предыдущую страницу анкеты;
- защита от «Сохранить рисунок как...»;
- защита от копирования с последующей вставкой;
- защита от скриншотов (фотографий экрана);
- защита от печати с экрана;
- защита от загрузки видео в КЭШ-память, ВЕБ-стриминг видео.



Какие преимущества предоставляет онлайн?



Больше информации при ответах на открытые вопросы



Меньше влияния интервьюера на результаты исследования

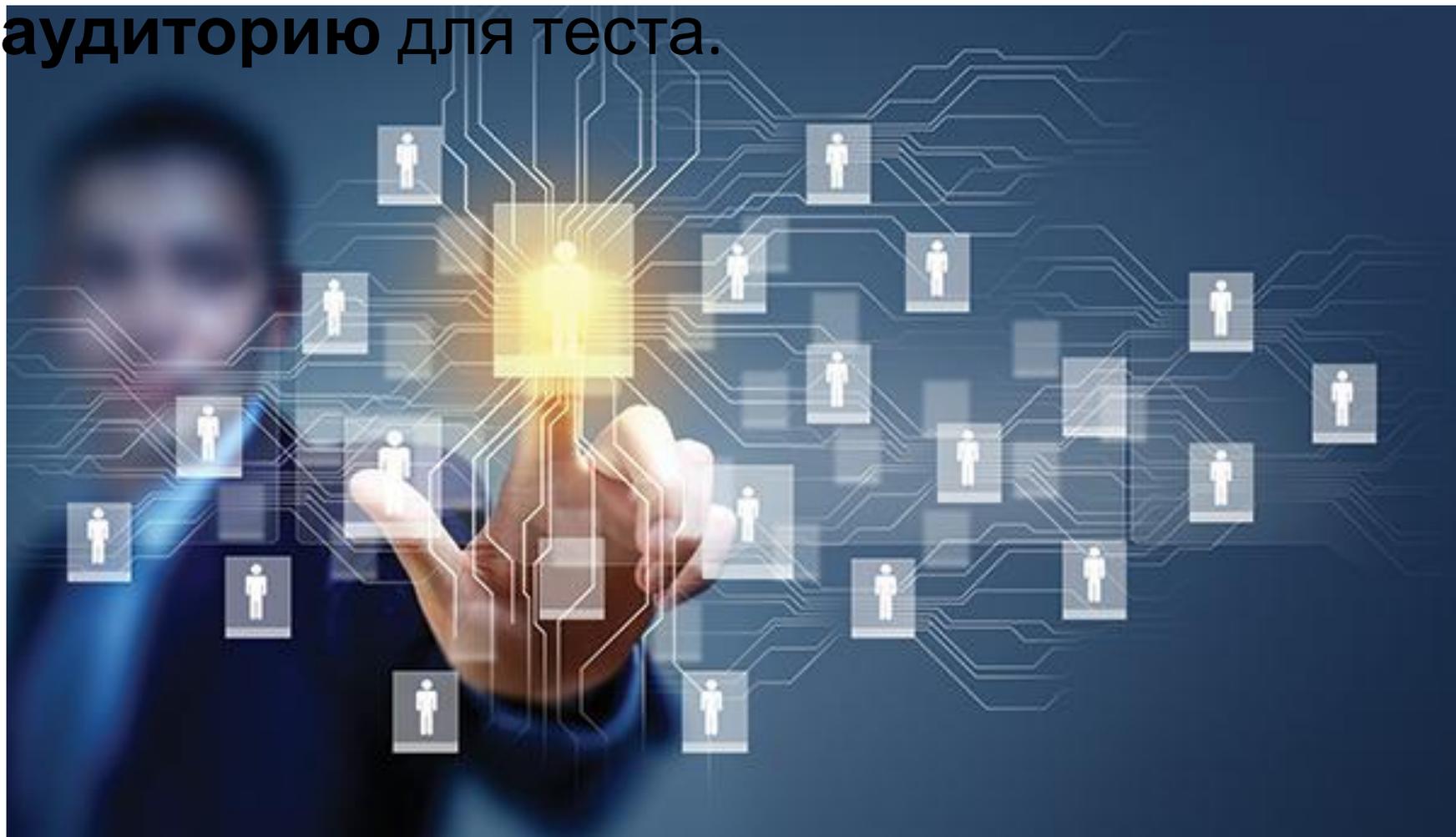
Какие преимущества предоставляет онлайн?

- ✓ Возможность программирования интерактивного исследовательского инструментария



Какие преимущества предоставляет онлайн?

- Использование онлайн панелей дает возможность **строго отобрать целевую аудиторию для теста.**



Какие преимущества предоставляет онлайн?

- ✓ Результаты тестирования доступны в реальном времени



Какие преимущества предоставляет онлайн?

- ✓ Удобство учета качественного состава интернет-аудитории и опроса труднодоступных групп респондентов



Выводы

Технологии маркетинговых исследований не стоят на месте — уже сейчас активно обсуждается практика использования онлайн сообществ, мобильных исследований, мониторинга социальных сетей и блогов, а также различных форм самопрезентации людей в Интернете в исследовательских целях.

Спасибо за внимание!



