

Düsseldorf, 20. Mai 2016

INNOFACT Online Out of Home Advertising Test: Neues Tool zur Messung der Werbewirksamkeit von OOH Kampagnen

INNOFACT hat ein neues Online-Instrument zur Messung der Werbewirksamkeit von OOH Kampagnen entwickelt. Damit kann die Kampagne bereits im Vorfeld der Werbeschaltung optimal auf die entsprechende Zielgruppe und die Werbeplätze zugeschnitten werden.

Der Online Out of Home Advertising Test wird als standardisiertes Tool angeboten. Dazu kann jedes Outdoor Werbemittel (z.B. City-Light Poster, Mega-Lights sowie City Light Säulen) zeitnah getestet werden. Dabei werden verschiedene OOH Werbesituationen in Filmen simuliert, beispielhaft eine realitätsgetreue Situation im Stadtverkehr aus Autofahrersicht. In verschiedene OOH Werbeträger an unterschiedlichen Positionen am Fahrbahnrand können digital die jeweils zu testenden Werbemittel eingebaut werden. Eine Onlinebefragung mit entsprechender Auswertung zeigt die Werbewahrnehmung der OOH Kampagnen auf.

Neben einer Autofahrt werden auch Filme zur Werbewahrnehmung in der Fußgängerzone oder an der Bushaltestelle sowie eine nächtliche Autofahrt angeboten, um die Wirkung von beleuchteter Werbung bei Nacht aufzuzeigen.

Wesentliche Vorteile des Online Tools: Der Online Out of Home Advertising Test liefert eine fundierte Aussage ob, und inwieweit sich die Werbewirkung durch Mehrfachbelegung von Außenwerbung erhöht, d.h. ob die ungestützte und gestützte Werbewahrnehmung deutlich gesteigert wird, wenn ein Werbemotiv mehrfach an verschiedenen Positionen gezeigt wird. Möglich ist eine Simulation verschiedener Werbeszenarien, um Kosten und Nutzen bei der Buchung von Werbeflächen im Vorfeld zu testen und gegenüberzustellen. Zusätzlich wird aufgezeigt, welche Outdoor Werbeträger und Werbemotive generell im Bereich der Out of Home Werbung eine besonders gute Werbewirkung erzielen. Die Nutzungsmöglichkeiten des neuen Online Tools der INNOFACT sind sehr vielfältig und eröffnen neue Möglichkeiten der Werbewirkungsforschung. Durch die Möglichkeit der Einbindung des Testverfahrens in klassische Onlineinterviews können sowohl spezifische Zielgruppen wie auch größere Stichproben schnell und kosteneffizient befragt werden.

Einen ausführlichen redaktionellen Bericht zum Online Out Of Home Advertising Test mit einem aktuellen Projektbeispiel finden Sie hier:

<http://research-results.de/fachartikel/2016/ausgabe-3/vorsprung-durch-werbung.html>

Ansprechpartnerin bei der INNOFACT AG:

Karin Hagemann, Teamleiterin
INNOFACT AG Research & Consulting
Neuer Zollhof 3
D-40221 Düsseldorf
Tel: 0211 / 86 20 29 - 0
Fax: 0211 / 86 20 29 - 210
k.hagemann@innofact.com

Über die INNOFACT AG:

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut mit Niederlassungen u.a. in Düsseldorf, Hamburg und Zürich. Das Institut verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten der Online-Marktforschung. Neben der Erfahrung mit persönlichen und telefonischen Interviews verfügt INNOFACT über langjährige Erfahrung mit Online-Panels. INNOFACT arbeitet für Auftraggeber aus allen relevanten Branchen, z.B. für Markenartikelhersteller, den Einzelhandel, Telekommunikationsunternehmen, Banken, Unternehmensberatungen oder Medien.
www.INNOFACT.de

Folgen Sie uns auch auf den Social Media Kanälen, um immer die aktuellsten Informationen über die INNOFACT AG zu erhalten:

   