

ad-quickcheck

Holistische Werbewirkungsforschung

Emanuel Maxl | evolaris



Ausgangslage.

Zeit- und Kostendruck gegen Werbetests

EXPERTENFORUM
ONLINEFORSCHUNG



- Entscheidung oft unter hohem Zeitdruck
- **Bauchgefühl** ohne Consumer-Insights
- **Limitierte** Budgets für Wirkungstests
- Klassische Werbe-Forschung überwiegend **spezialisiert** nicht ganzheitlich
- **Methoden-** statt Problemdenken
- Zunehmend rasche „Checks“ **intern**



Der Trend.

No-Frills – Ad-Testing

EXPERTENFORUM
ONLINEFORSCHUNG



- **Einfache Tools** als Entscheidungshilfe bei extremen Zeitdruck
- **Quick & Relevant**
- **Effizienz** im Vordergrund nicht Perfektionismus
- Kurze **Durchlaufzeiten**
- **Integratives Testen** von klassischen Kampagnen gewünscht
- **Holistik** statt Reduktionismus

→ **Ganzheitliche Low-Budget Werbeforschung wird gefordert**



Die Lösung. ad-quickcheck

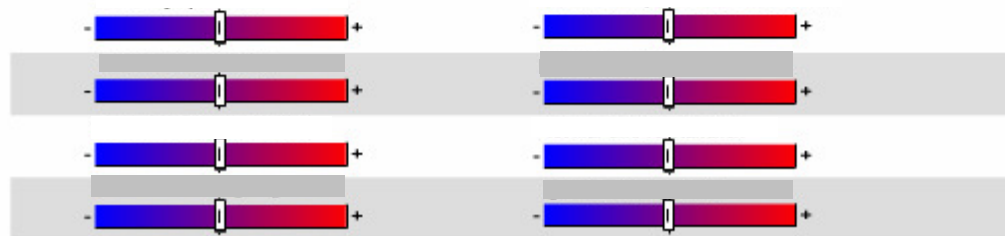
evolaris

ad-quickcheck |

HEINEKEN Werbeslogan	HEINEKEN Plakat
<p>Heineken - The world's favorite beer.</p>	 <p>Bitte auf das Bild klicken um zu vergrößern</p>
HEINEKEN Radiospot	HEINEKEN TV Spot
<p>4 sec.</p> <p>Start Stop</p>	 <p>Bitte auf das Bild klicken um das Video zu starten</p>

Wenn Sie diese gesamte Werbekampagne betrachten. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Diese Werbekampagne ...



Klicken Sie den Regler und ziehen Sie ihn je nach Beurteilung nach links oder rechts.



evolaris ad-quickcheck. Resümee

EXPERTENFORUM
ONLINEFORSCHUNG



- **Einfacher, rascher Pretest für Agenturen & Werbeverantwortliche**
- Testung von Kampagnen **„auf einen Blick“**
- Fokus auf **wesentliche Kriterien**
- **Subjektive & Objektive Metriken:** Reihenfolge | Durchschnittliche Betrachtungsdauer | Abbruchverlauf
- Kosten-Effizienz
- **Funfaktor & Awareness** durch neue Technologien



Danke für die Aufmerksamkeit!

Mag. Emanuel Maxl

emanuel.maxl@evolaris.net

+43 664 84 1 44 -10

evolaris

c/o scoop, Breite-Gasse 4
A-1070 Wien

Hugo-Wolf-Gasse 8 – 8a,
A-8010 Graz

www.evolaris.net

evolaris 