



Тестирование информационно- рекламных материалов

для политиков

Управленческие задачи

- Информирование о результатах деятельности политической организации, ее лидера
- Повышение лояльности целевых групп к деятельности политической партии/организации, управление электоральными предпочтениями
- Информирование о предлагаемых программах социально-экономического развития страны/региона
- Формирование положительного имиджа политического лидера

Исследовательские задачи

Ключевые исследовательские задачи:

1. Изучение общего восприятия тестируемых материалов (спонтанное/наведенное восприятие, оценка ключевой идеи).
2. Изучение восприятия отдельных элементов (компонентов) тестируемых материалов (спонтанное наведенное восприятие).
3. Определение факторов позитивного и негативного восприятия материалов.
4. Определение мобилизационного эффекта материалов.
5. Определение содержательного и визуального соответствия отдельных элементов, соответствия их главной идеи, определение кумулятивного эффекта от АПМ.

Дополнительные исследовательские задачи:

1. Определение эффективных площадок для размещения материалов (на улице, в поездах, в метро, в интернете и на других площадках).
2. Определение эффективных / наиболее привлекательных форматов агитационной кампании (использование видеороликов, баннеров со звездами/гражданами, социальных акций, хештегов, сувенирной продукции).

Исследовательская модель

01

Общее восприятие
тестируемых
материалов

02

Рейтингование
тестируемых
материалов

03

Оценка каждого
тестируемого материала
по схеме:

- Общее восприятие
- Позитивные/негативные факторы восприятия
- Оценка мобилизационного эффекта
- Особенности восприятия ЦА
- Рекомендации по доработке материала

Инструменты решения ВЦИОМ

Фокус-группы / глубинные интервью

Преимущества методов:

1. Возможность тестирования агитационных материалов различных форматов: информационно-аналитические материалы, слоганы, хештеги, баннеры, видеоролики, фильмы и т.п.
2. Возможность осуществления анализа предпочтений контента/форматов агитации с учетом ЦА.
3. Возможность комбинирования тестирования материалов и концептуальной оценки общего восприятия политического процесса, события, личности.
4. Гибкость методов при оценке мобилизационного эффекта, особенностей восприятия, сформированного образа, предпочтений ЦА.

Холл-тест

Преимущества метода:

1. Оперативность получения данных по тестируемым материалам.
2. Возможность анализа большого объема агитационных материалов.
3. Возможность «оцифровки» качественных данных, рейтингования материалов на основе количественных данных.

Технологические решения*

Ай-трекинг использует специальную технологию фиксирования движения зрачка, определяя, куда конкретно смотрит человек (фиксируются объекты, на которых внимание задерживалось более чем на 180 мс). Это позволяет вычлнить элементы видеоряда, привлекающие внимание и, напротив, оставшиеся незамеченными. Анализ информации дает возможность строить тепловые карты восприятия.

**Для соответствующего спектра исследовательских задач*




Что получает заказчик


- Анализ представленных на тестирование АПМ: общая характеристика, понимание опрошенными основной идеи, факторы позитивного/негативного восприятия, оценка мобилизационного эффекта.
- Рекомендации по доработке материалов.
- Рейтинг материалов по заданным критериям оценки.
- Рекомендации по особенностям использования АПМ при работе с разными целевыми группами.





ВЦИОМ СЕГОДНЯ


ВЦИОМ - ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР #1 В РОССИИ И СНГ

 Более **600** проектов в год, включая масштабные — экзитполы, Инвестрейтинг регионов, Программа развития Дальнего Востока, Индекс готовности стран к будущему и другие


 Более **3500** клиентов, среди которых российские и иностранные организации.

 География исследований ВЦИОМ охватывает Россию, постсоветское пространство, ЕС, Северную и Южную Америку, Ближний Восток, Юго-Восточную Азию, Африканский континент

 Более **120** штатных сотрудников, среди которых кандидаты и доктора наук

 ВЦИОМ занимает **ПЕРВОЕ место по цитируемости в СМИ** среди исследовательских компаний

 **72%** россиян доверяют результатам наших исследований

 Сертифицирован по международному стандарту ISO 20252 — «Исследование рынка, общественного мнения и социальных проблем»



ИССЛЕДУЯ И ОСМЫСЛЯЯ СОВРЕМЕННОСТЬ,
ПОМОГАТЬ ЛЮДЯМ СОЗДАВАТЬ ЛУЧШЕЕ БУДУЩЕЕ!

Как связаться с нами



САЙТ ВЦИОМ
OK.WCIOM.COM



ПОЧТА
research@wciom.com



ТЕЛЕФОН
+7 495 982-50-75



АДРЕС
Москва, ул. Пречистенка, 38

ВЦИОМ на связи



[Twitter](#)



[Youtube](#)



[Instagram](#)



[Вконтакте](#)



[Telegram](#)



[Facebook](#)