



Тестирование информационно- рекламных материалов

ДЛЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И НКО

Управленческие задачи

- Донесение информации о реализуемых программах социально-экономического развития и социальных мерах
- Использование социальной рекламы в целях вовлечения целевых аудиторий в социально значимую деятельность, привлечения внимания к социальным акциям
- Формирование нормативных моделей поведения
- Повышение эффективности коммуникационной кампании

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 содержательного и визуального соответствия отдельных элементов, соответствия их главной идеи, определение кумулятивного эффекта от материалов.

Дополнительные исследовательские задачи:

1. Определение эффективных площадок для размещения материалов (на улице, в поездах, в метро, в интернете и на других площадках) с учетом специфики восприятия.
2. Определение эффективных / наиболее привлекательных форматов продвижения (использование видеороликов, баннеров со звездами/гражданами, социальных акций, хештегов, сувенирной продукции).
3. Оценка мобилизационного эффекта (для социальной рекламы).

Исследовательская модель



Инструменты решения ВЦИОМ

Фокус-группы / глубинные интервью

Преимущества методов:

1. Возможности для тестирования информационных материалов различных форматов (текстовые материалы (слоганы, хештеги), баннеры, видеоролики, сувенирная продукция).
2. Возможность осуществления анализа предпочтений контента/форматов агитации с учетом ЦА (соответствующий рекрут респондентов — по возрастным характеристикам, наличию детей, работы и другим социальным, демографическим и пр. признакам).
3. Возможность комбинирования тестирования материалов и концептуальной оценки общего восприятия объекта информационной кампании.

Холл-тест

Преимущества метода:

1. Оперативность получения данных по тестируемым материалам.
2. Возможность тестирования большого объема 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.
- Электроэнцефалография (ЭЭГ) — физиологический метод регистрации с помощью электродов, размещенных на поверхности головы, генерируемой головным мозгом электрической активности.
- Нейроинтерфейс — технология, позволяющая обрабатывать электрические сигналы с коры головного мозга, усиливать и передавать их на компьютер. Далее с помощью алгоритмов обработки происходит синхронизация с любым управляющим устройством или компьютерным приложением.


**Для соответствующего спектра исследовательских задач*


Что получает заказчик


- Анализ представленных на тестирование материалов: общая характеристика, понимание опрошенными ключевых сообщений, степень их эмоционального присвоения, факторы позитивного/негативного восприятия и т.п.
- Рейтинг материалов по заданным критериям оценки.
- Рекомендации по доработке материалов с учетом специфики их восприятия разными целевыми аудиториями.


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](#)