



AdEval™

“No dejes de testar y tu publicidad nunca dejará de mejorar” David Ogilvy

La publicidad es, sin duda, el elemento más caro del marketing mix. El fracaso de una campaña puede desembocar en el derroche de mucho dinero, por lo que no se puede correr el riesgo. AdEval™, la solución exclusiva de TNS para el test de creativities, asegura que la idea creativa y la ejecución funcionarán

AdEval™ maximiza la efectividad de la publicidad

- AdEval es un contrastado sistema de test de creativities con el que se han realizado más de 9.000 estudios en todo el mundo, aplicable a pre-test y post-test
- Asegura una completa comprensión tanto de los elementos creativos como estratégicos
- Ofrece un poderoso diagnóstico para identificar y explicar qué factores son los que desencadenan o inhiben el éxito de la comunicación
- Aplicable a creativities en cualquier medio: televisión, radio, prensa, internet, multimedia, acciones below the line...
- Puede evaluar todos los estadios: storyboards, animatics o anuncios finalizados
- Evalúa campañas multimedia, analizando las sinergias entre diferentes medios, señalando qué cronología será más eficaz (ej: tv+outdoor vs. outdoor+tv)
- Se adapta a todas las categorías de producto y servicio y a campañas corporativas/institucionales
- Puede ser usado con efectividad en un amplio abanico de estilos creativos, de los más racionales a los más emocionales
- Facilita la comparación internacional de resultados de campañas globales
- Puede realizarse sobre segmentos específicos del mercado – como por ejemplo AdEval™ Kids-



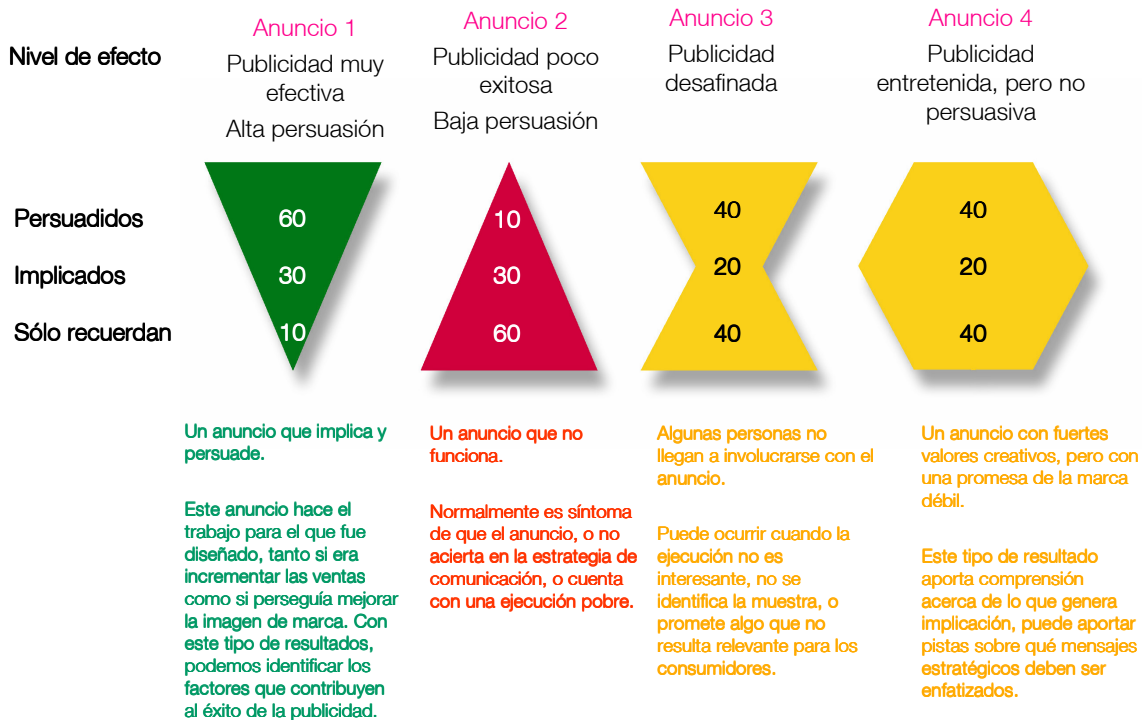
Diagnóstico único

AdEval™ comprende el funcionamiento de la publicidad y por eso se centra tanto en sus elementos racionales y emocionales. Para ello, mide si la pieza creativa genera implicación y persuasión a la audiencia. Usando un conjunto de preguntas específicas, clasifica el target en tres grupos:

- **Persuadidos:** consumidores que se han implicado y han sido persuadidos por la publicidad – con ellos se ha conseguido el objetivo
- **Implicados:** este grupo ha encontrado el anuncio relevante, pero no han encontrado suficiente fuerza en el mensaje como para llegar a estar persuadidos hacia la marca
- **Sólo recuerdan:** consumidores que pueden recordar el anuncio que han visto, pero no lo encuentran ni persuasivo ni relevante, reafirmando que **la notoriedad es necesaria, pero no suficiente**

AdEval©Scale es la medida del efecto de la publicidad sobre la muestra del público objetivo.

Algunos ejemplos de AdEval©Scale en la práctica:



¿Qué aporta AdEval™?

- **Establece si la publicidad implica y persuade a la audiencia** – por lo que se podrá saber, no sólo si es notoria y tiene branding, sino si realmente es efectiva
- **Identifica qué elementos creativos necesitan mayor énfasis** – asegurando que se transmiten los mensajes clave y determinando cuáles son prescindibles (por ejemplo, para la reducción de longitud de las piezas)
- **Muestra sobre qué grupos resulta efectivo el anuncio** – se podrá saber si el público objetivo ha sido cubierto adecuadamente
- **Identifica cómo la publicidad influirá en la imagen y el compromiso hacia la marca** – por lo que se puede ver si la acción la fortalece
- **Descubre si la publicidad está cubriendo las necesidades más profundas de los consumidores** – para anuncios que contemplen particulares estilos de vida o sean altamente emocionales, dispone de un módulo exclusivo que emplea sofisticadas técnicas proyectivas para añadir una potente nueva dimensión al análisis de este particular tipo de comunicación

¿A quién le interesa AdEval™?

Cualquier profesional involucrado en publicidad, marketing o relaciones públicas que desee escoger, evaluar y mejorar las ideas creativas, los conceptos y las campañas publicitarias.

Sobre TNS

TNS es uno de los grupos internacionales líderes en información de mercados. Recogemos, analizamos e interpretamos información para ayudar a nuestros clientes a comprender mejor las necesidades y demandas de sus propios clientes. Proveemos investigación, recomendaciones e *insight* en comprensión de mercados, comunicación y marca, desarrollo de nuevos productos y gestión de Stakeholders. Todo ello, con el respaldo de una amplia gama de soluciones de investigación avanzadas y con expertos en todos los sectores.

Para más información, contacte con:

Antoni López, t: +34 93 581 94 06
 toni.lopez@tns-global.com
 www.tns-global.es
 O con su contacto habitual en TNS