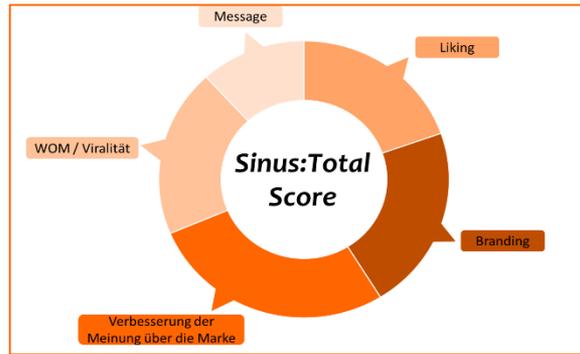


Sinus: Werbewirkungsforschung

Nur wer versteht,
was die Menschen
bewegt, kann sie
auch bewegen



Heidelberg, Juli 2016

Ad-Hoc Pre- und Posttesting Ihrer Kampagnen

- ➔ Das SINUS Werbewirkungsforschungsmodul lässt sich einfach und effizient für das Post- und Pre-Testing Ihrer Kampagnen einsetzen
- ➔ Das Modul beinhaltet den Pre- oder Post-Test:
 - von **bis zu 5 Anzeigemotiven** (Zeitung/Zeitschriften, Plakat, Out-of-Home, Digital)
 - oder **bis zu 3 Bewegtbildinhalten** (klassische Länge von ca. 30 Sekunden)
 - bei einer Basis von **200 Befragten** innerhalb Ihrer Zielgruppe
 - Aussteuerung und Analyse nach Sinus-Milieus® inklusive
- ➔ Die Kosten hierfür liegen zwischen 4.000 – 6.000.- €* pro Test
 - Offene Fragen sind nicht Bestandteil des Moduls, können aber selbstverständlich inkludiert werden (ca. 1.500,- € für 3 offene Fragen, wie z.B. Likes, Dislikes, Spontanssoziationen)

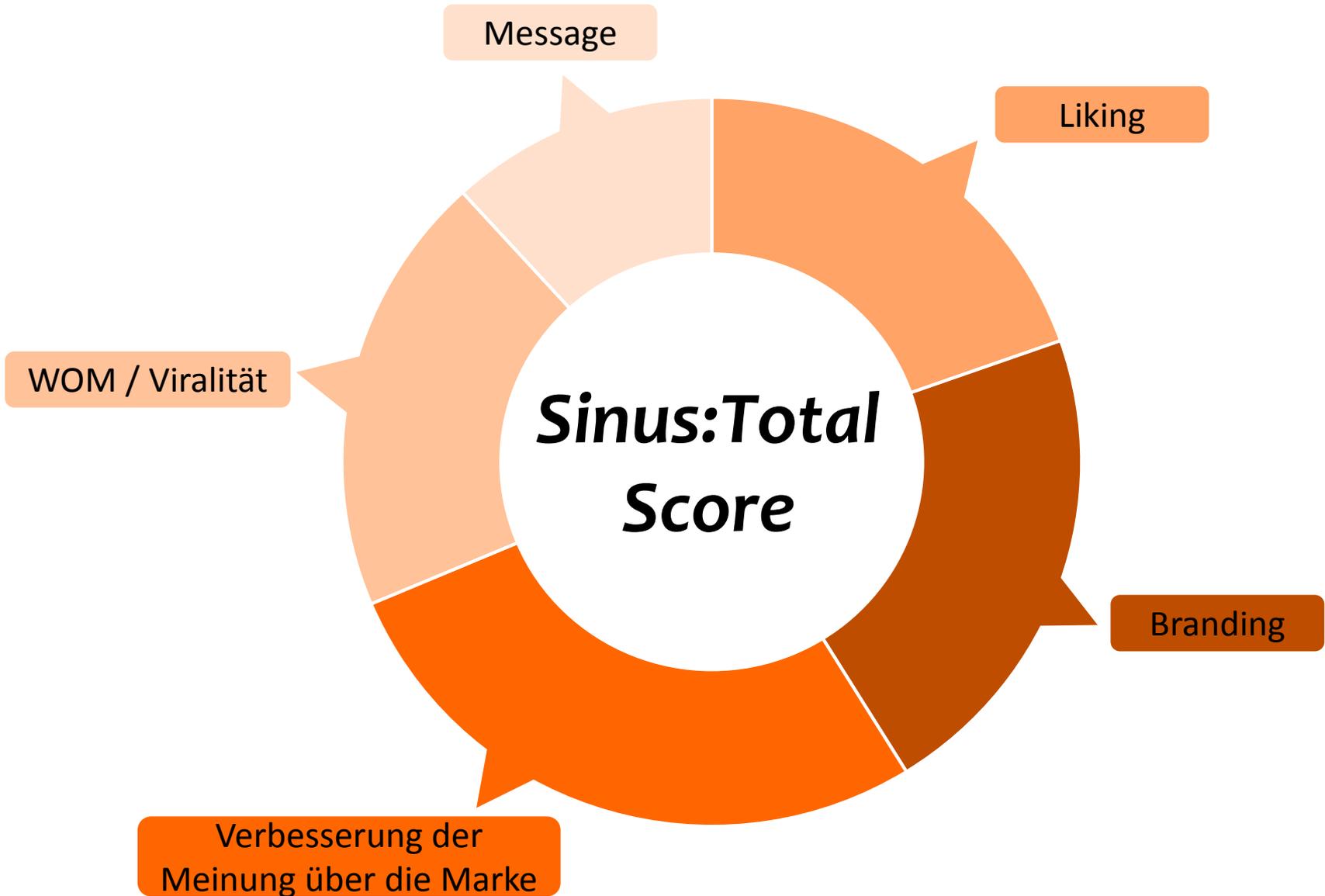


*finale Kosten sind abhängig von der Definition der Zielgruppe (wie breit bzw. spitz die Zielgruppe definiert ist)

SINUS Werbewirkungsforschung

- Kombination aus qualitativer Expertise und quantitativem Tool: Durch wenige Fragen (ca. 7 Minuten) können Stärken und Schwächen von Werbemitteln mit Zahlen belegt werden und ihr Werbe-Impact für das beworbene Produkt oder Marke nach Zielgruppen (z. B. den Sinus-Milieus®) zu ermitteln.
- Anwendbar auf unterschiedliche Werbemittel (Fernsehwerbung, Plakate und Anzeigen), sowie im Post- als auch im Pre-Testing.
- **Ein Wert zum Vergleich über verschiedene Dimensionen:** Der Sinus:Total-Score ist so konzipiert, dass die einzelnen Dimensionen (Branding, Liking, Word-of-Mouth, Image und Message) hierarchisch, das heißt entsprechend ihrer Bedeutung gewichtet, in den Score einfließen.
- **Zwei Funktionen des Sinus:Total-Score:** Zum einen kann er in direkte Relation zum (potentiellen) wirtschaftlichen Erfolg einer Kampagne gesetzt werden, zum anderen kann er wieder in seine „Einzelteile“ zerlegt und Ansatzpunkte beziehungsweise Hebel identifiziert werden, um im besten Fall mit wenig Aufwand den Gesamtscore nach oben zu ziehen.

Dimensionen des Sinus:Total-Score



SINUS Werbewirkungsforschung Print

Ranking verschiedener Anzeigen im Vergleich zur Benchmark



Rang 1  **ROLEX**

Sinus:Total-Score
189



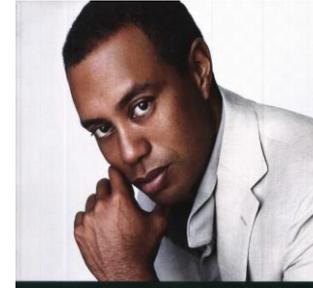
Rang 6

Sinus:Total-Score
139



Rang 15

Sinus:Total-Score
130



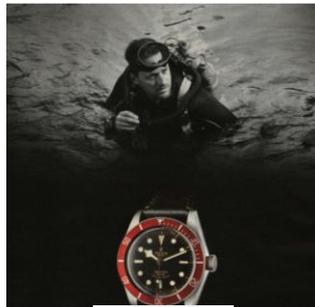
Rang 20  **ROLEX**

Sinus:Total-Score
122



Rang 55

Sinus:Total-Score
95



Rang 64

Sinus:Total-Score
90



Rang 72

Sinus:Total-Score
84



Rang 82

Sinus:Total-Score
76

Werbewirkung verschiedener Anzeigen einer Marke im Vergleich

Hand mate.



Sinus:Total-Score
138

Hartes Rennen. Noch härtere Uhr.



Sinus:Total-Score
115

Männer, die Maschinen fliegen, sollten auch weiche tragen.



Sinus:Total-Score
110

Das Wunder von Schaffhausen.



Sinus:Total-Score
106

One size. Fits all.



Sinus:Total-Score
102

The Weight Watch.



Sinus:Total-Score
99

Longitude. Latitude. Attitude.



Sinus:Total-Score
94



Sinus:Total-Score
93



Sinus:Total-Score
84

Gebaut für Männer, die auch auf einsamen Inseln Freunde finden.



Abh. geringfügig grösser als das Original.



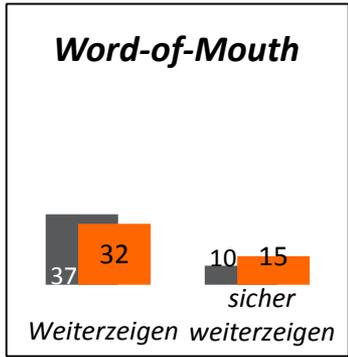
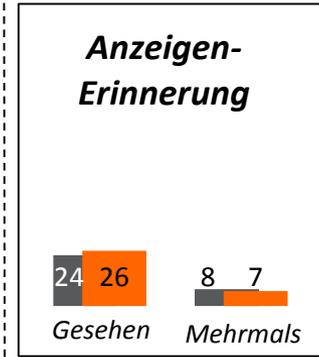
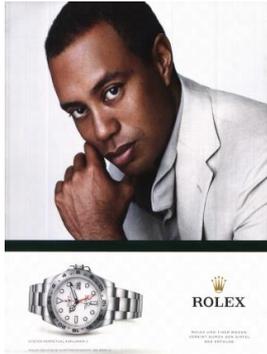
Sinus:Total-Score
82

Fliegerherzschrittmacher.



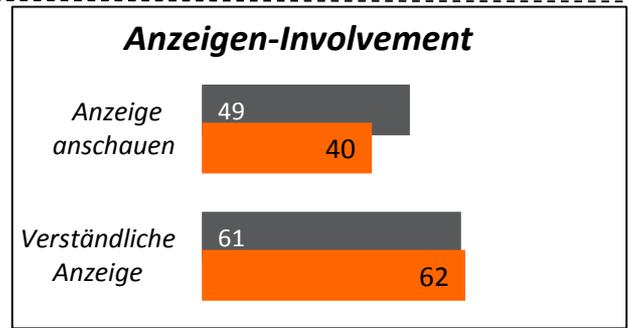
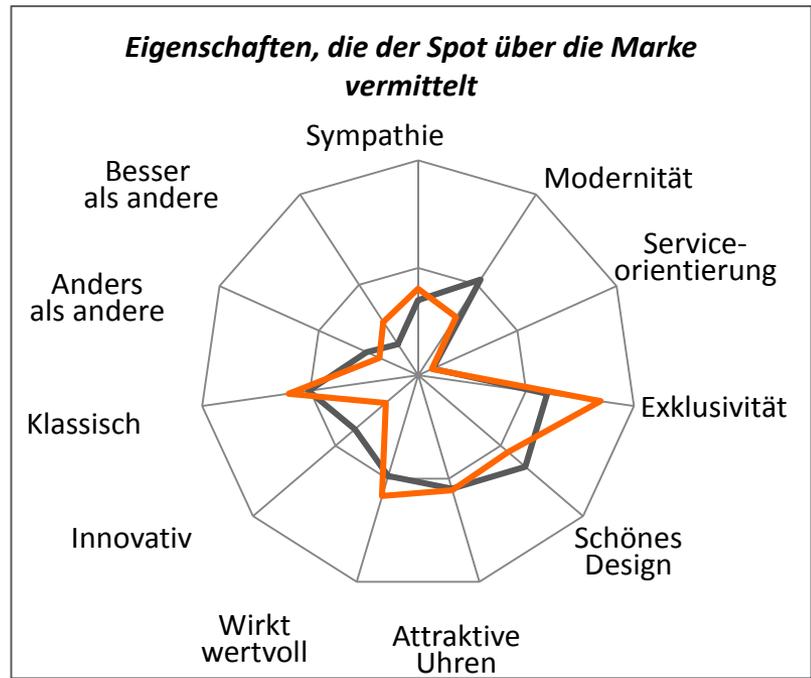
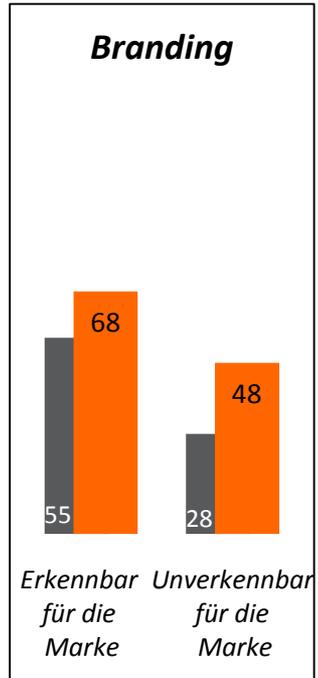
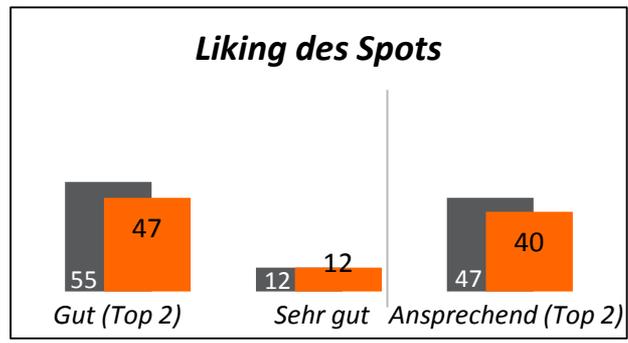
Sinus:Total-Score
80

Werbewirkung Print: Rolex-Anzeige



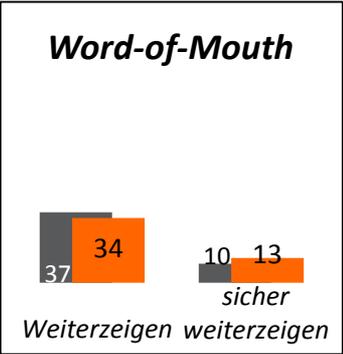
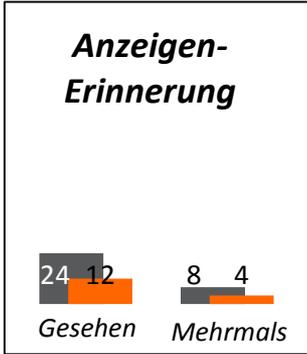
Sinus:Total-Score
122

■ Benchmark Print
■ Rolex Anzeige



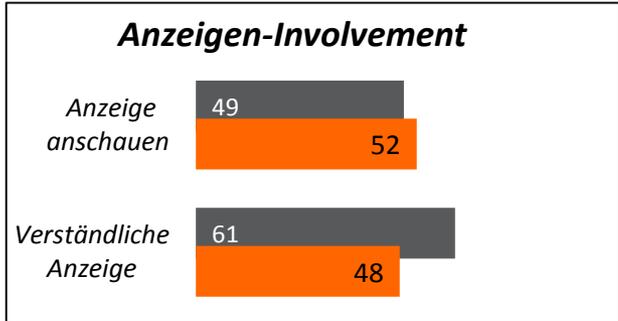
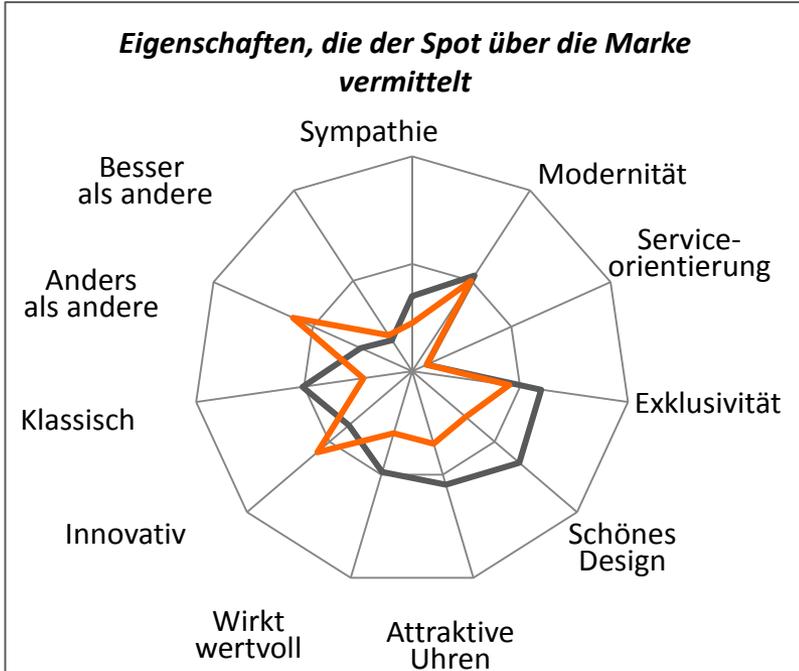
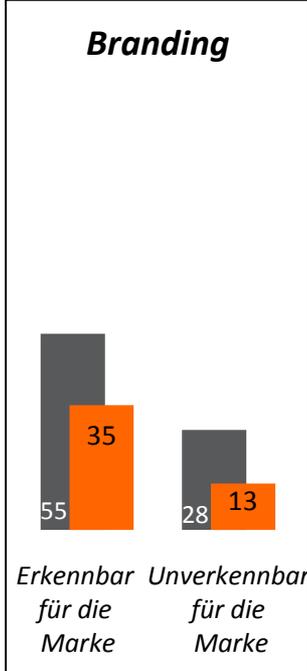
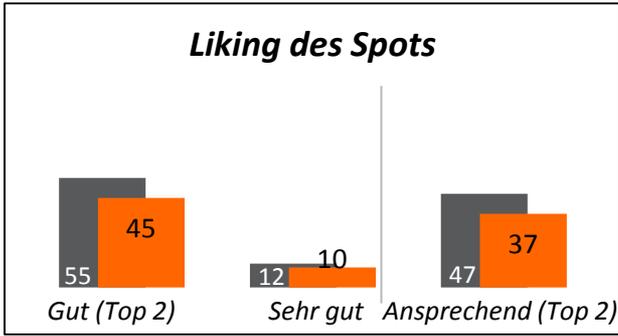
Quelle: RESPONSIO & SINUS Uhren-Monitor Deutschland 2013;
Basis: Stichprobe Exklusiv-Segment; rotierte Abfrage der Werbeanzeigen

Werbewirkung Print: IWC-Anzeige



Sinus:Total-Score
84

■ Benchmark Print
■ IWC Anzeige



Quelle: RESPONSIO & SINUS Uhren-Monitor Deutschland 2013;
Basis: Stichprobe Exklusiv-Segment; rotierte Abfrage der Werbeanzeigen

SINUS Werbewirkungsforschung TV

Ranking verschiedener Spots im Vergleich zur Benchmark

VW – E-Golf



Rang 1

Sinus:Total-Score
149

Mercedes-Benz – V-Klasse



Rang 2

Sinus:Total-Score
125

Porsche – Panamera SE Hybrid



Rang 5

Sinus:Total-Score
115

Mini – The new Mini



Rang 7

Sinus:Total-Score
111

Fiat – Happy Hour Wochen



Rang 9

Sinus:Total-Score
82

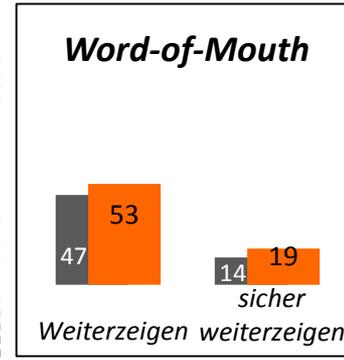
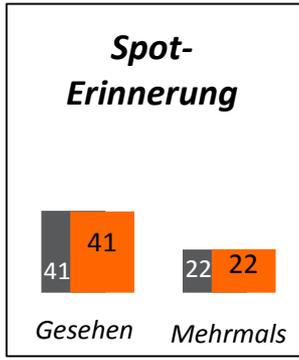
Skoda – Octavia



Rang 11

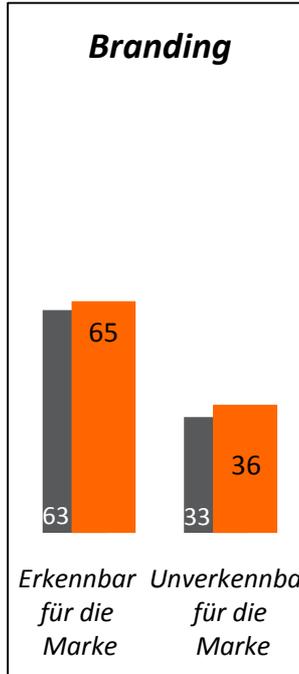
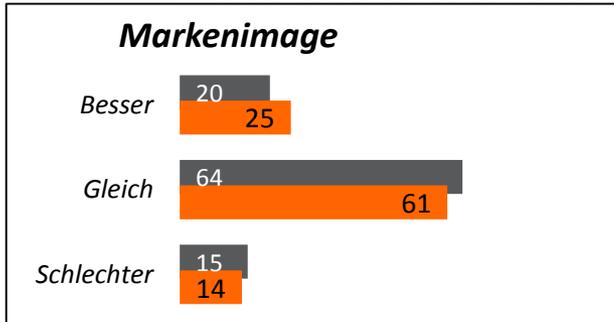
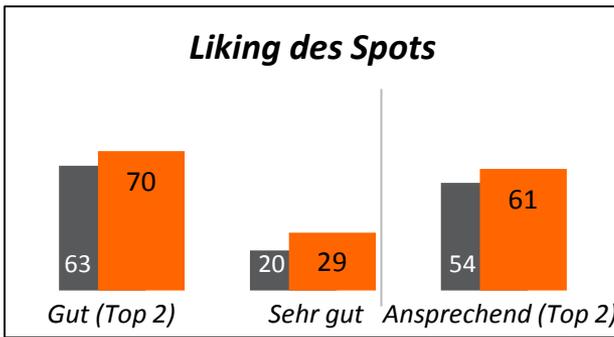
Sinus:Total-Score
72

Werbewirkung TV: Mercedes-Spot

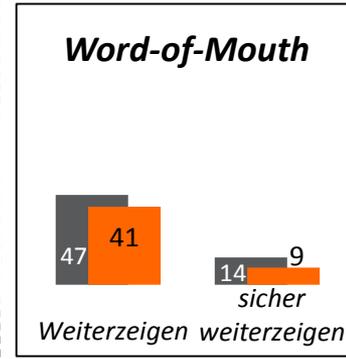
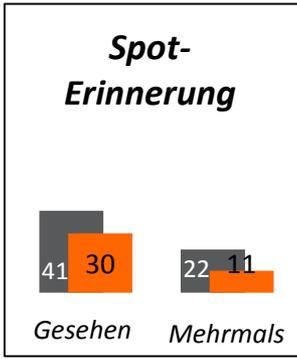


Sinus:Total-Score
125

■ Benchmark TV
■ Mercedes Spot

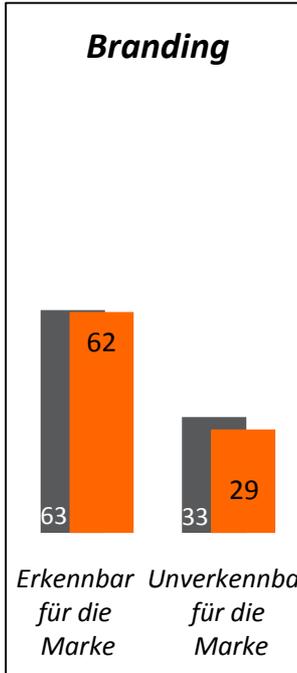
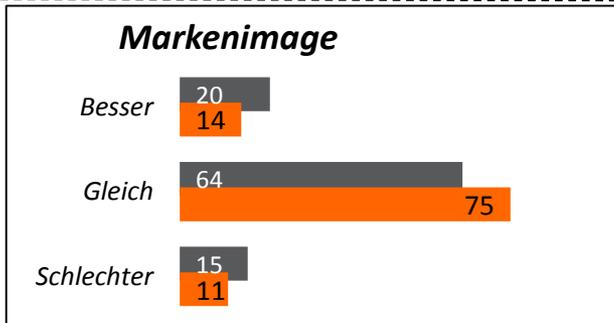
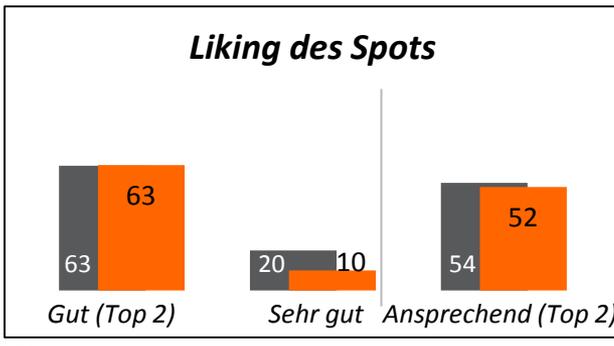


Werbewirkung TV: Skoda-Spot



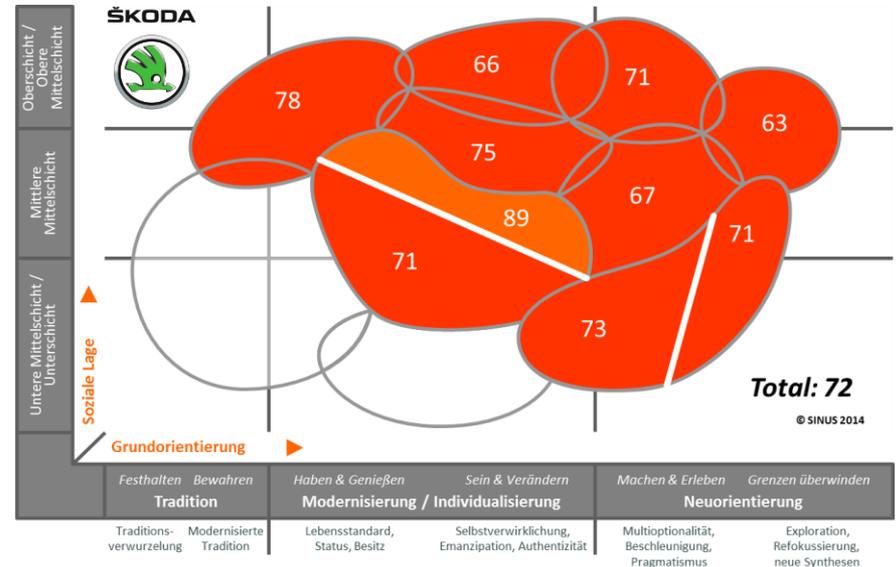
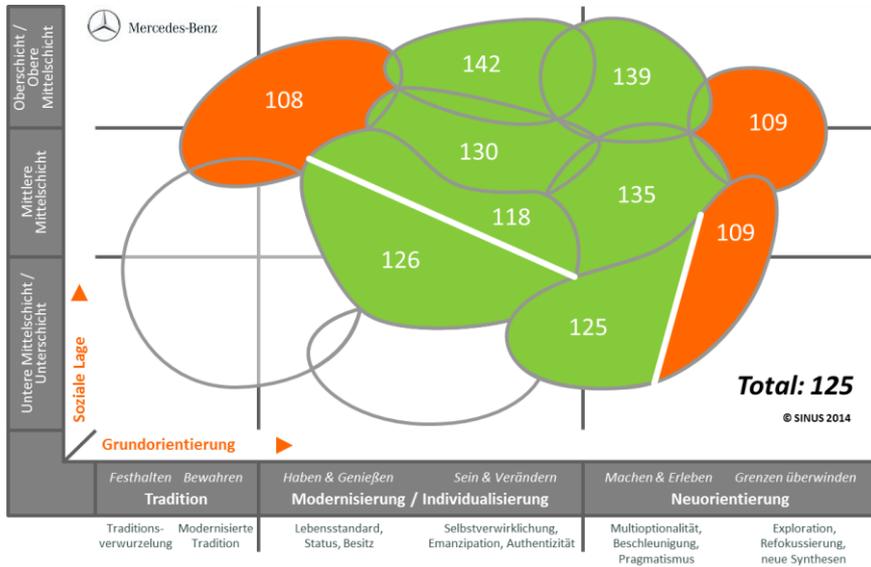
Sinus:Total-Score
72

■ Benchmark TV
■ Skoda Spot



Werbewirkung nach Sinus-Milieus®

Total Score der Marken in den Milieus



© Copyright by SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg
The document at hand is copyright protected. Without written permission from SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, no part of it may in any means (be it photocopies, microfilms or any other form) be electronically reproduced, reworked, duplicated or redistributed. This includes using it for educational purposes.

Any quotes or reprints, even where only partial, are only allowed where express permission has been given and with references to source.

Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH
Adenauerplatz 1 / D - 69115 Heidelberg

HRB 332922 Mannheim
Geschäftsführer:
Manfred Tautscher, Berthold Flaig

Telefon: +49 (0) 6221-8089-0 / Telefax: +49 (0) 6221-8089-25
E-Mail: info@sinus-institut.de
Web: <http://www.sinus-institut.de>