

311090

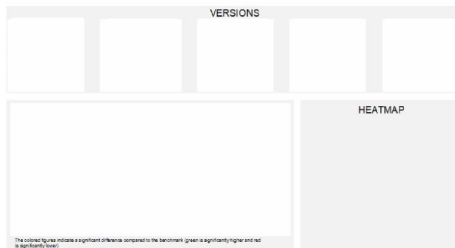
DPC - Radio en print deelcampagne testen
op corona

Export

2020-05-27

 SPRINT

311090



311090

MANAGEMENT SUMMARY

POSTERS 'TISSUE', 'TELEFOON' EN 'ICOON' SCOREN BETER DAN 'STOEP'.

- De waardering voor de posters 'Tissue', 'Telefoon' en 'Icoon' is hoger dan voor de benchmark, welke eerder geteste advertenties zijn. De score voor de 'Stoep' poster ligt tussen de scores van de drie andere posters en de benchmark in, maar verschiet niet significant van één van deze.
- Het is heel duidelijk dat de 'Tissue', 'Telefoon' en 'Icoon' posters van de Rijksuniversiteit zijn. Alle drie scoorden ze boven de 90% op branding, veel beter is dan de benchmark. De poster 'Stoep' scoort ook boven de 90%, maar scoort niet beter dan de benchmark c'acron van de andere drie posters.
- De posters 'Tissue', 'Telefoon' en 'Icoon' zorgen er vaker voor dat een persoon er de tijd voor neemt om te kijken veel er op de poster staat, dan bij de benchmark. De 'Stoep' poster scoort niet beter dan de benchmark, maar ook niet slechter dan de andere posters.
- Alle posters zitten vaker aan het scherm dan de benchmark. Verder is er nog onderling verschil tussen de posters: de 'Icoon' versie zit vaker aan het scherm dan de 'Stoep' versie. Als men kan kiezen tussen de vier posters, gaat de voorkeur het meest uit naar de 'Stoep' versie (32%).

Risicocommunicatie

In het algemeen geven respondenten aan dat de communicatie duidelijk en simpel is. Mensen zijn vaker geneigd om de radiocommercial af te luisteren dan bij andere commerciële. Verder zit het een luisteraar ook wel in aan het scherm. Drie op vier zeggen als actie music te blijven bij media luisteren, terwijl iets minder dan de helft (41%) aangeeft dat ze het telefoonnummer zullen bellen: zodat ze zich kunnen laten bellen.

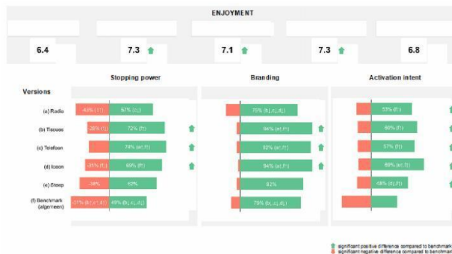
Advies

Mensen herkennen goed dat de posters Tissue, Telefoon en Icoon van de Rijksuniversiteit zijn en nemen relatief veel tijd om de posters te bekijken. Ook zeggen drie posters ervoor dat mensen actie ondernemen en. Het advies is om te kijken of de drie gecreëerde posters te gebruiken. Ook is de naar de radio commercial wordt relatief lang geluisterd en zit vaak aan het scherm. Voor het doe is het daarom een passende commercial.

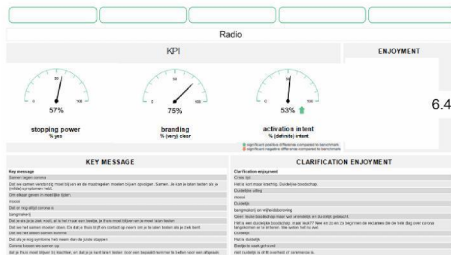
Overname
Algemeen posten

SPRINT

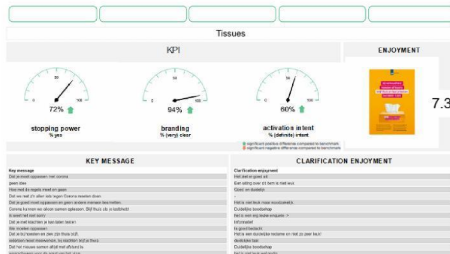
311090



311090



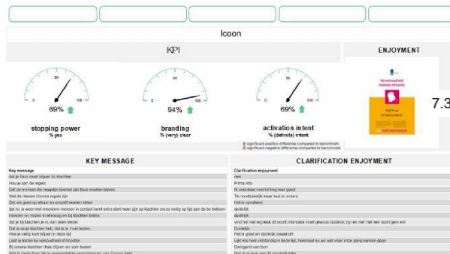
311090



311090



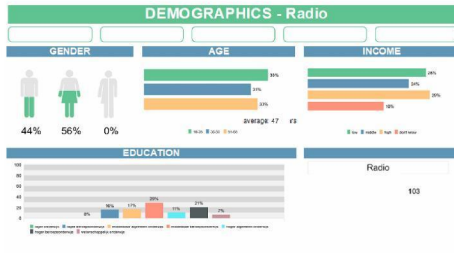
311090



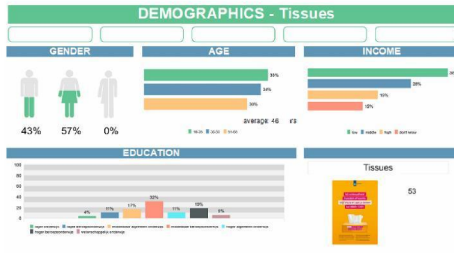
311090



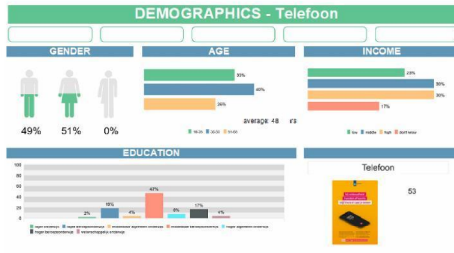
311090



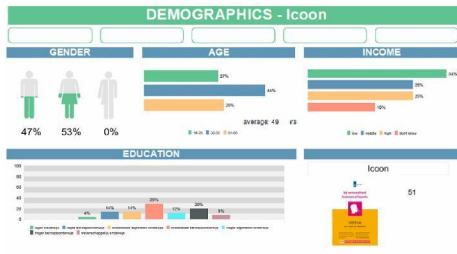
311090



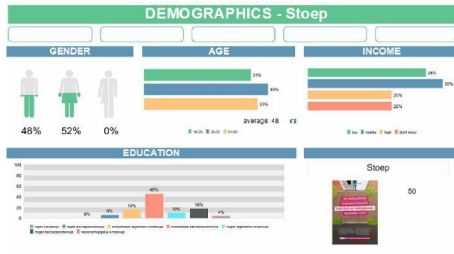
311090



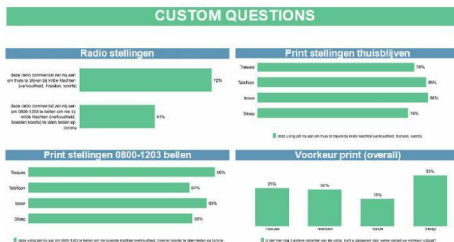
311090



311090



311090



311090

CONTACT

Vragen over dit rapport?

(10)(2e)

(10)(2e)

(10)(2e)

(10)(2e)

18448 @ sprint-insights.com

WWW.SPRINT-INSIGHTS.COM

 SPRINT