



TEST EFFEKTEN AF DIN KAMPAGNE

Konkurrencen er hård, og alle kæmper om forbrugernes opmærksomhed – det gælder om at skille sig ud i postkassen. Med en effektmåling af din direct mail og/eller adresseløse forsendelse får du indblik i modtagernes holdning til din kampagne og kendskab til, hvordan dit budskab er blevet modtaget i målgruppen.

Værdifuld viden om dine reklamers effektivitet

Efter en gennemført kampagne står man ofte tilbage med en god ide om respons og pris per kunde. Men uanset om det gik godt eller skidt, mangler man grundlæggende viden om, hvorfor udfaldet blev, som det blev.

Forsvandt din forsendelse i stakken af andre reklamer, eller blev den set og læst, og kan modtager huske, at den kom fra dig? Var tilbuddet konkurrencedygtigt, og virkede reklamens udformning og distributionsform efter hensigten?

Gennem 100 interviews blandt din målgruppe undersøger vi effekten af din markedsføring. Informationerne kan du bruge som en del i dit kampagneforløb til at planlægge opfølgning, udarbejde remindere, eller til at forstærke og forbedre dit kampagnemateriale, så du opnår en endnu større effekt ved din næste udsendelse. På den måde sikrer du løbende en øget respons, flere kunder og en højere omsætning.



Resultaterne samler vi til dig i en rapport med tabeller, grafer og en konklusion, som en af vores dygtige analysekonsulenter gennemgår sammen med dig på et møde.

Effektmåling giver dig svar på spørgsmål som:

- Blev din forsendelse set?
- Blev den læst?
- Blev den gemt?
- Huskes afsender?
- Betød den et holdnings-skifte?
- Hvor mange har reageret eller påtænker at reagere?
- Hvordan klarede forsendelsen sig i forhold til andre kampagner?

Spørgerammen består af min. 12 spørgsmål, som sammensættes, så de tilpasses netop din virksomhed og kampagnemateriale. Du har selvfølgelig mulighed for at købe ekstra spørgsmål, hvis der er behov for det.

TEST EFFEKTEN AF DIN KAMPAGNE

Splittest

En splittest giver dig mulighed for at teste to eller flere versioner af samme reklame. Ved at sende varianter af din forsendelse til forskellige målgrupper, har du mulighed for at teste forskellige kreative udformninger, priser, tilbud etc. Effektmålingen giver dig herefter indsigt i, hvad markedet responderer på, og hvilken forsendelse, der har genereret den bedste effekt.

Prætest

Du kan også anvende en effektmåling som prætest. Spørgerammen er den samme, men her tester du din kampagne på et mindre antal modtagere, inden du sender ud til hele målgruppen. På den måde har du mulighed for at anvende resultaterne til at tilpasse dine budskaber og den kreative udformning for at skabe et endnu bedre resultat.

Priser

Effektmåling	17.500 kr.
Splittest	
2 split.	23.000 kr.
3 split.	28.000 kr.
4 split.	33.000 kr.
Ekstra spørgsmål	
Pr. tillægsspørgsmål	500 kr.
Pr. tillægsspørgsmål (åbent spm.)	1.000 kr.
Ekstra interviews (pr. 50 stk.)	2.500 kr.

Kontakt

Kontakt Lars Ingildsen eller Camilla Spliid, og hør mere om dine muligheder for at måle effekten af dine kampagner. Vi kommer gerne ud på et personligt møde, hvor vi hjælper dig med at vurdere dine behov og afdækker den optimale løsning.



Camilla Spliid
Tlf. (+45) 3997 1030
Email cs@director.dk
www.director.dk



Lars Ingildsen
Tlf. (+45) 3997 1020
Email li@dmpartner.dk
www.dmpartner.dk