

tns
AdEval™



“Nunca dejes de evaluar, y tu publicidad nunca dejará de mejorar.” David Ogilvy
AdEval™ asegura que sigas mejorando.

Cuando lo racional y emocional son clave

La publicidad es, indiscutiblemente, el elemento más costoso de tu estrategia de comunicación mercadológica. El fracaso de una campaña puede resultar en millones de pesos en pérdidas, por lo que no puedes darte el lujo de hacerla mal. Es por ello que necesitas AdEval, la única solución de pre-test que te dirá si tu estrategia creativa y su ejecución están funcionando.

El conjunto de soluciones de AdEval™ maximiza tu efectividad publicitaria

- AdEval™ es un sistema probado y validado por nuestra experiencia en más de 9,000 evaluaciones mundiales.
- La alta sensibilidad de la escala de AdEval™ es única y se enfoca en ambos aspectos de la publicidad, lo racional y lo emocional, asegurándote un entendimiento completo tanto de la estrategia como de los elementos creativos de tus campañas.
- Ofrece poderosos diagnósticos para separar y explicar qué promueve o inhibe la efectividad de tu publicidad.
- Además, la escala es sensible a grupos de usuarios de marca y es fácilmente combinable con Conversión Model™ para una segmentación posterior.

- Permite fáciles comparaciones internacionales entre campañas.
- Puede dirigirse a segmentos únicos del mercado, por ejemplo, si estás interesado en niños podemos ofrecerte AdEval™ Kids.

Insights de diagnóstico únicos

AdEval™ realmente entiende a la publicidad dado que se enfoca en ambos de sus elementos, el racional y el emocional. Evalúa si la audiencia es involucrada y motivada, usando una serie de preguntas sensitivas. Permite la integración del involucramiento y la motivación, clasificando a los consumidores en tres grupos:

- **Motivados:** este grupo manifiesta de forma espontánea su deseo de pensar, sentir o hacer aquello que la publicidad le pide, la respuesta óptima.
- **Involucrados:** este grupo encontró que el anuncio es relevante pero sin la suficiente fuerza en el mensaje para ser motivados.
- **Sin efecto:** consumidores que recuerdan las comunicaciones sin encontrarlas relevantes ni motivantes.

AdEval™ Scale es una medición del “efecto” de un anuncio con una muestra del mercado objetivo.

AdEval™ ofrece una gama de productos diseñados para cada fase del proceso creativo, ya sea en la parte estratégica

y de concepto o en proyectos creativos completamente diseñados.

AdEval™ Idea- investigación desde la fase inicial

No querrás perder tiempo ni dinero desarrollando una idea, al menos que estés seguro de que vale la pena.

Entonces ¿por qué no evaluar tus ideas con oportunidad y asegurarte de estar optimizando tus recursos, desarrollando sólo las mejores ideas?

AdEval™ Idea te permite enfocarte en las fortalezas de tus ideas estratégicas, de tal manera que puedas darles prioridad basándote en aquello que realmente atrae a tus consumidores. Está diseñado para manejar ideas “no estructuradas” dado que su estilo está más orientado hacia talleres de trabajo. AdEval™:

- Asegura que tengas la plataforma estratégica óptima antes de comenzar el desarrollo creativo filtrando los beneficios, mensajes e ideas potenciales.
- Evalúa slogans AdEval™ Idea puede ayudarte en la selección inicial de los slogans más apropiados y posteriormente, en el proceso, descarta los que no valen la pena.
- Filtra storylines o ejecuciones cuando existen múltiples ideas para un nuevo comercial, averigua cual sería la mejor a desarrollar.
- Clasifica ideas de ofertas y promociones identifica lo que realmente le interesa a tus consumidores.

AdEval™ Concept - Desarrolla tu estrategia en línea con tus objetivos estratégicos

Puedes utilizar AdEval™ Concept para clasificar múltiples conceptos simultáneamente, así como optimizar su desarrollo completo. Está diseñado particularmente para conceptos de publicidad más “estructurados”.

- Puede usarse para armar un concepto óptimo seleccionando de un número de posibles ideas o de una combinación óptima de éstas.
- Ofrece diagnósticos detallados y poderosos puedes analizar en detalle conceptos desarrollados.
- Puede separar el efecto estratégico del anuncio de su ejecución -(cuando es usado en combinación con AdEval™ Pre-test) para que puedas enriquecer el concepto en todas las fases del proceso de desarrollo.
- Analiza que conceptos funcionarán mejor con cada medio identifica lo que realmente interesará a tus consumidores.

- Puede segmentar tus grupos objetivo averigua qué conceptos son más atractivos a los segmentos individuales del mercado.

- Clasifica personajes o testimoniales - AdEval™ Idea puede identificar si el personaje que elegiste o su personalidad corresponden con la imagen de tu marca.

AdEval™ Pre-Test para la ejecución creativa

AdEval™ Pre-Test asegura que los conceptos se conviertan en ejecuciones creativas efectivas.

- Establece si tu publicidad está involucrando y motivando a la audiencia para que no sólo puedas decir si impactará, sino también si será efectivo.
- Identifica qué elementos creativos necesitan mayor énfasis para asegurarte que tus mensajes clave estén siendo comunicados.
- Muestra a quién le atrae tu anuncio- de manera que puedas asegurarte que tu mercado objetivo está siendo alcanzado.
- Identifica el impacto de la publicidad en la imagen de tu marca y en el compromiso para que puedas ver si está construyendo tu marca.
- Evalúa todas las fases del anuncio desde storyboards hasta anuncios terminados verifica qué tanto cumple tu anuncio con los objetivos antes de realizar el gasto de filmación e incluso producción en su formato final.
- Evalúa los anuncios de tus competidores- para entender cómo están funcionando y cómo contraatacarlos.
- Puede ser adaptado a diferentes objetivos de publicidad- y puede usarse efectivamente en una amplia gama de estilos creativos.
- Evalúa campañas estudia el efecto sinérgico de una campaña multimedios.

Quién debe usar el sistema AdEval™

Cualquier persona involucrada en publicidad, mercadotecnia o relaciones públicas que requiera clasificar, evaluar o mejorar sus ideas, conceptos y campañas de publicidad. Esto incluye tanto a los creativos, ejecutivos de cuenta y planeación estratégica como a los equipos de mercadotecnia e investigación de mercados.