

RAM-COPYTEST

Werbewirkung ist schnell und unkompliziert messbar!

RAM-COPYTEST

Was er ist... und wie er funktioniert

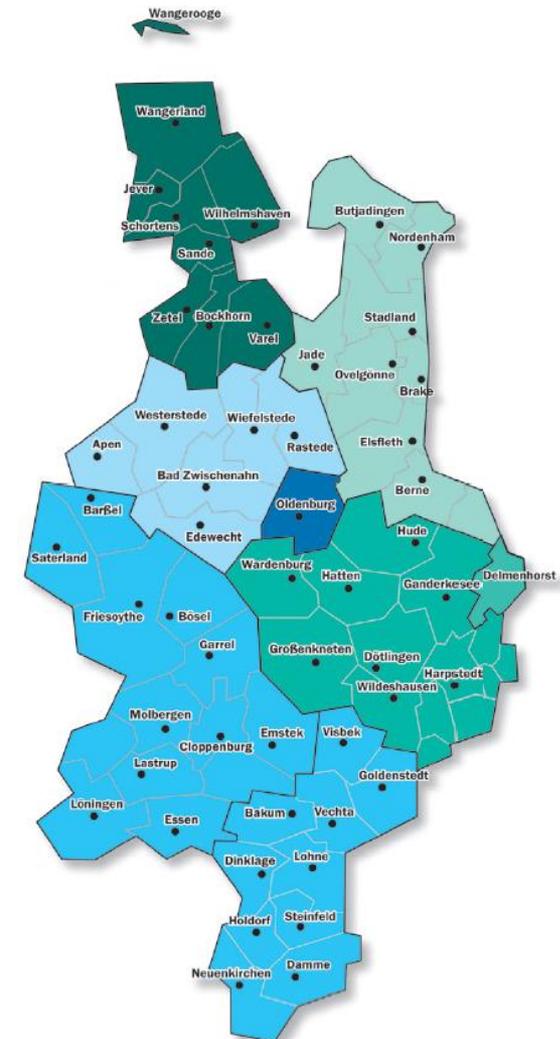
Klassiker der Prüfverfahren für Anzeigen und Beilagen ist der Copytest. **RAM (Research and Analysis of Media)** ist ein Institut, das mit über 500 Medienhäusern weltweit zusammenarbeitet. Mit einem RAM-Copytest kann die Wirkung verschiedenster Werbemittel in Print und Online schnell und preiswert gemessen werden.

“

Wie funktioniert ein RAM-Copytest?

Das „Panel“, das Ihr Werbemittel bewertet, ist ein fester Personenkreis aus aktiven Leserinnen und Lesern der Nordwest-zeitung sowie regelmäßigen NWZonline-Nutzern. Es umfasst etwa 500 Teilnehmer aus dem gesamten Verbreitungsgebiet der NWZ und entspricht in der Geschlechts- und Altersstruktur der Leserschaft unserer Zeitung.

Die Teilnehmer/innen erhalten am Erscheinungstag eine E-Mail mit einem Link zu einem Online-Fragebogen, welcher (standardmäßig) innerhalb von 48 Stunden beantwortet werden muss. Jede aktive Teilnahme wird mit Punkten honoriert, die gegen attraktive Prämien eingetauscht werden können.



RAM-COPYTEST

Was er ist... und wie er funktioniert

Welche Werbeformen können getestet werden?

Getestet werden können Anzeigen und Beilagen in der Tageszeitung, sowie nahezu alle Online-Werbeformen (Banner, Skyscraper, Rectangles etc.) auf NWZonline.

Um die Repräsentativität der Befragungsergebnisse gewährleisten zu können, ist die Voraussetzung in Print mindestens die Belegung der NWZ-Hauptausgabe.

Anzeigen Empfehlung: ab 500 mm Gesamtumfang



Prospektbeilagen



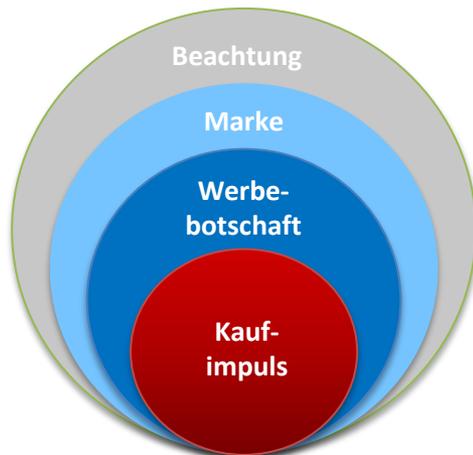
Online-Werbeformen



Welche Fragen werden gestellt?

Das Fragenspektrum umfasst den gesamten Werbewirkungsprozess – von der Beachtung über Bekanntheit und Werbebotschaft bis zur Kaufabsicht – dem Ziel jeder Werbung. Der Standard Fragebogen umfasst 17 Fragen zur Beachtung, Bekanntheit, Werbebotschaft und Kaufbereitschaft.

Dies kann auf Wunsch um bis zu **fünf individuelle Fragen** ergänzt werden. Hier können Sie die repräsentative Leserschaft der NWZ fragen, was Sie schon immer mal wissen wollten.



Frage	Skala
Haben Sie diese Anzeige beachtet, als Sie die Zeitung gelesen haben?	Ja/Nein
Wie genau haben Sie diese Anzeige gelesen bzw. betrachtet?	Skala 1 – 10
Ist es leicht oder schwierig, den Absender der Werbung zu identifizieren?	Skala 1 – 10
Wie gut kennen Sie bereits den Absender der Werbung?	Skala 1 – 10
Die Anzeige stimmt mich dem Werbungstreibenden gegenüber positiv	Skala 1 – 10
Was halten Sie von der Anzeige?	Skala 1 – 10
Hat Sie die Anzeige berührt?	Skala 1 – 10
Die Anzeige spricht mich an	Skala 1 – 10
Die Anzeige ist interessant	Skala 1 – 10
Die Anzeige ist leicht verständlich	Skala 1 – 10
Die Anzeige enthält Neuigkeiten oder neue Informationen	Skala 1 – 10
Die Gestaltung der Anzeige ist originell	Skala 1 – 10
Ist die Anzeige für Sie nützlich?	Ja/Nein
Haben Sie/werden Sie aufgrund der Anzeige nach weiteren Informationen gesucht/suchen?	Ja/Nein
Haben Sie/werden Sie eine Internet-Seite besuchen, nachdem Sie die Anzeige gesehen haben?	Ja/Nein
Haben Sie/werden Sie aufgrund der Anzeige ein Geschäft aufgesucht/aufsuchen?	Ja/Nein
Haben Sie/werden Sie aufgrund der Anzeige etwas gekauft/kaufen?	Ja/Nein

Wie kann ich meine Werbung testen lassen?

Einen Copytest für Zeitungsanzeigen, Prospektbeilagen oder Online-Werbeformen realisieren wir für Sie innerhalb von drei Tagen vor dem Erscheinungstermin. Wir benötigen lediglich eine digitale Version Ihres Werbemittels. Am besten buchen Sie den Copytext gleich zusammen mit Ihrer Anzeige oder Beilage.

Wann bekomme ich meine Ergebnisse?

Die Ergebnisse können als Power-Point-Charts innerhalb weniger Tage nach Abschluss der Befragung präsentiert werden. Gerne vereinbaren wir diesen Termin bereits vor Beginn einer Befragung. Neben den Ergebnissen Ihres Werbemittels erhalten sie außerdem Vergleichsergebnisse mit bereits getesteten Anzeigen Ihrer Branche aus der weltweiten RAM-Copytest-Datenbank (falls vorhanden). Darin sehen Sie, wie erfolgreich Ihre Werbung im Vergleich zu branchenverwandter Werbung ist.



Welchen Nutzen hat ein RAM-Copytest?

- Aufschluss über die Wirkung eines Werbemittels für Ihre zukünftige Mediaplanung – und das erheblich günstiger und schneller als gewöhnliche Copytests
- Bekanntheit Ihrer Marke bzw. Ihres Geschäftes messen
- Funktionalität der eigenen Werbung überprüfen
- Produktakzeptanz und Kaufbereitschaft erfahren
- Vergleichsergebnisse ähnlicher Werbemitteln aus der RAM-Datenbank sofern vorhanden (z.B. aus der gleichen Branche)
- Bei weniger erfolgreichen Kampagnen kann schnell reagiert werden
- Demografische Informationen zu Marken- und Produktaffinität
- Informationen über potentielle neue Zielgruppen
- Neue Anregungen für Kreation und Gestaltung



Nutzen sie die Möglichkeiten, um Ihre Werbung noch erfolgreicher zu gestalten!

RAM-COPYTEST

Unsere Referenzen



Unsere bisherigen Kunden



Was kostet ein RAM-Copytest?

Im Standardpaket eines RAM-Copytests Sie folgende Leistungen enthalten:

- Konzeption und Durchführung der Befragung für ein Werbemittel (Anzeige, Beilage, Online-Werbeform) im Rahmen der jeweiligen Standardfragen
- Auswertung der Ergebnisse nach sozio-demographischen Standards (Geschlecht, Altersgruppen, etc.)
- Vergleichsergebnisse aus der RAM-Datenbank (sofern vorhanden)
- Erstellung einer Präsentation, ggf. mit Vorstellung in Ihrem Unternehmen (nach Terminabsprache)
- Überlassung eines Berichtes in digitaler Form (PDF-Datei)

Preis für ein Standardpaket: **490,- €**

Optionale Leistungen:

Bis zu fünf individuelle Zusatzfragen innerhalb eines Standard-Copy-Tests: **50,- €**

Komplette individuelle Untersuchungen („Stand alone“): **Kalkulation nach Aufwand**

Kontakt

Ich freue mich mit Ihnen zusammen auf spannende Copytests und interessante Ergebnisse!

Jacqueline Lüschen

Geschäftskunden-Marketing

Tel. 0441/9988-4603

E-Mail jacqueline.lueschen@nwzmedien.de

Oder wenden Sie sich an Ihre/n zuständige/n Mediaberater/in.