
Copy test

Progetto di ricerca



SIAMO UN LABORATORIO DI
MARKETING RESEARCH
&
INSIGHT GENERATION
CON LA PASSIONE PER LE SFIDE

Per noi, fare ricerca significa abbreviare la distanza tra brand e persone,
aiutando le aziende con insight fruibili e utili.

CONSUMER
COPY TEST



Un disegno a due fasi, per valutare concept, script, animatic o spot completi.

Un copytest qualitativo è essenziale per valutare l'efficacia di una idea creativa o di una campagna.

In Spice siamo convinti che il valore di un copytest dipenda da:

- Qualità del reperimento, che deve coinvolgere persone in target, in grado di esprimere costruttivamente la loro opinione, e fruitori dei media oggetto dell'indagine
- Triangolazione, coinvolgendo più metodi di produzione dati e riducendo il rischio di bias.
- Feedback Iterativo per discutere i risultati preliminari con il team creativo e marketing, e se necessario rivedere il materiale stimolo e i punti di attenzione.



Un approccio multi-step, per comprendere i criteri di valutazione,

L'approccio Spice alla valutazione di una creatività si articola in due step:

- Un'attività individuale, da svolgere preliminarmente, finalizzata a comprendere i criteri con cui le persone percepiscono la comunicazione di categoria, il loro mindset al riguardo, le loro convinzioni (in termini di barriere e driver)
- Un'attività conversazionale, in piccolo gruppo, per la valutazione condivisa delle ipotesi creativi (siano essere script, animatic o adv finalizzati) valorizzando il confronto e lo scambio. Questa fase si può svolgere in presenza o on-line, sulla base del materiale disponibile e delle specificità del target.

METODOLOGIA: COPYTEST

e non solo le reazioni agli stimoli



Un disegno flessibile ed inclusivo, per permettere a tutti gli stakeholder di partecipare e riflettere sulle evidenze

	INFORMAZIONI	TIMING	COSTO
Struttura	Si prevedono: <ul style="list-style-type: none"> • 2 core target (ad esempio: user e non user); • 3 sample point (on-line) • 2 stimoli, a rotazione nei primi 4 gruppi + focus sulla strada più potenziale negli ultimi 2 gruppi 	4 settimane	€ 19.500
Campione	<ul style="list-style-type: none"> • 42 partecipanti: 6 per gruppo (+ 6 riserve) 		Sconto per convenzione Asseprim, pari al 15%
Attività	<ul style="list-style-type: none"> • 42 pre-task • 6 focus group on-line, della durata di 90 minuti 		€ 16.500

Incluso

- Design della ricerca
- Pre-task
- Focus group On-line: streaming, registrazione dei gruppi, transcript dei gruppi
- Reporting