

# 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, e non solo le reazioni agli stimoli

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.



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

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



Matteo Cantamesse  
Founder and Senior Researcher

matteo.cantamesse@spice-research.com  
+39 347 537 3547

# spice