



Huomionarvon ja tehon mittaaminen

Osoitteellinen suora

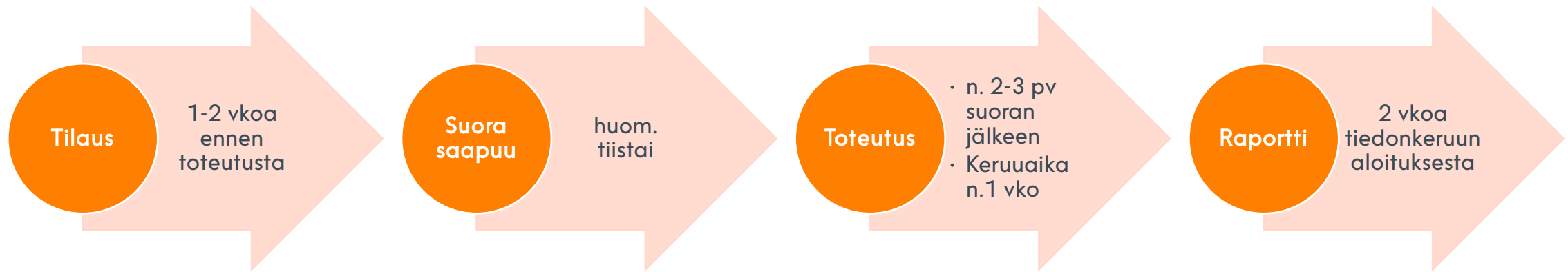
Tutkimuksen tavoite

- Selvittää osoitteellisen suoramainonnan huomaamisen taso sekä mainonnan teho ”perinteisenä” kanavana muiden mitattavien mainoskanavien joukossa.
- Tehostaa osoitteellisen suoran roolia mediamixissä.
- Tehdä osoitteellinen suora tehoa korostamalla kiinnostavammaksi mainosmediaksi.
- Osoitteellisen suoran mittaamisen kohteina ovat suorakirjeet, asiakaslehdet ja katalogit.

Tutkimuksen toteutus ja kohderyhmä

- Tutkimukset toteuttaa IRO Research Oy Postin toimeksiannosta.
- Kohderyhmä voi olla asiakkaan omasta asiakasrekisteristä (sähköpostiosoite tiedossa) tai Postin kautta hankitusta markkinointirekisteristä (nimi ja osoite ja puhelin tiedossa).
- Jos asiakkaan sähköpostiosoite on tiedossa, voidaan tutkimuskutsut lähettää sähköpostitse. Tämä edellyttää riittävän suurta rekisteriä.
- Mikäli sähköpostiosoitteet eivät ole tiedossa tai niitä ei ole riittävästi, on puhelinhaastattelu paras tiedonkeruumenetelmä. Jos puhelinnumerot eivät ole tiedossa, voi IRO ne hankkia.
- Tavoitevastaajamäärä on 80–100 / tutkimuskierros

Toteutusaikataulu



Tutkimuksen sisältö

Tiedonkeruu puhelimitse: sanallinen kuvaus suoran sisällöstä, maininta erityisesti tehokeinoista, esim. tarjouksesta

Tiedonkeruu sähköpostitse: sanallinen kuvaus suoran sisällöstä, maininta erityisesti tehokeinoista, esim. tarjouksesta + suoran visu.

Postilla on oikeus datan käyttöön.

Tutkimuskysymykset

- Mitä nimelläsi postitse tullutta mainontaa tai asiakasviestintää muistat saaneesi lähiaikoina /viikon aikana/tms.? (= spontaani muistaminen)
- Muistatko nähneesi * kuvaus * yritys X:n sinulle nimelläsi lähettää kirjettä/tms.? (=autettu muistaminen)
- Mitä seuraavista asioista teit kirjeen perusteella: avasin kirjeen, vain vilkaisin kirjettä, luin otsikon, perehdyin kirjeen sisältöön tarkemmin, luin kirjeen kokonaan?
- Mitä teit kirjeen perusteella: kiinnostuin (mistä?), hankin lisätietoa, harkitsin ostamista/liittymistä/yms./ostin/liityin/yms., en tehnyt mitään, eos?
- Millaisia tunteita kirje tms. herätti? (Multilista myönteisistä ja kielteisistä tunteista).
- Miten saamasi kirje Yritykseltä X vaikutti mielikuvaasi yrityksestä: muutti mielikuvaani myönteiseen suuntaan, mielikuvani pysyi ennallaan, muutti mielikuvaani kielteisempään suuntaan, eos.?

Tutkimuksen ohjeelliset hinnat

Tiedonkeruu sähköpostitse, tavoite N=100

2 600 €

Tiedonkeruu puhelimitse, N=100

3 600 €