

Ipsos AdBus.

Reklamınızın yayın sonrası performansını hızlı, pratik ve uygun bir çözümle ölçmek ister misiniz?

AdBus, yayın bitişini takip eden 1 hafta içinde, reklamınız ile ilgili en temel sorulara cevap verecek şekilde tasarlandı:

Reklamım;

- hedef kitlemin ne kadarına MARKAM ile birlikte ulaştı?
- hedef kitlem üzerinde nasıl bir ETKİ bıraktı?
- markama KATKI sağladı mı?

Tüm bu soruların yanıtları ve daha fazlası için AdBus'a katılabilirsiniz.



Ipsos AdBus.

Hedef Kitle:

18-45 yaş
ABC1C2 SES
Kadın/ Erkek
Türkiye NUTS 1 – Coğrafi Bölge Dağılımı
Örneklem büyüklüğü: 300*
Metodoloji: CAWI

*Reklamı sorgulanan
kategori kullanıcısı

İçerik

Eleme Soruları
Marka Kullanım/ Tüketim (Son 1 ay ya da son 1 hafta)
Markaya duyulan yakınlık (2 marka için)
Reklam Hatırlanma (debranded kareler ile)
Marka ile ilişkilendirme
Benzersiz
İzlemesi keyifli
Yeni bir şey söyleyen
İzlemekten sıkıldım
Markayı satın alma isteği uyandırdı

AdBus

Saha:

Her hafta Pazartesi – Cuma

Rapor teslimi:

Saha bitişinden 1 hafta sonra

Zamanlama

Bütçe, kategori kullanıcısının
rastlanırlık oranına göre
değişkenlik göstermektedir:

Rastlanırlık	Bütçe (+KDV)
%80 üzeri	6.000 TL
%60-79	7.000 TL
%40-59	8.500 TL
%20-39	10.500 TL

Bütçe

- **Reklamın yayın sonrası performansının, en erken, hedeflenen medya yatırımının %80'i tamamlandığında ölçümlenmesi önerilir.**
- **Test edilecek reklam ile ilgili bilginin saha başlangıcından önceki hafta, Salı günü Ipsos'a iletilmesi gerekmektedir.**
- **Reklam görselleri müşteri tarafından iletilmelidir.**
- **Bütçe, yukarıda belirtilen hedef kitle, içerik ve ekte iletilen bir sayfalık pdf rapor teslimi için geçerlidir.**
- **Standart sorular haricinde soru eklenebilir. Standart rapor haricinde ek analizler yapılabilir. Ek sorular, analizler soru/ analiz tipine göre fiyatlandırılır.**

Detaylı bilgi ve iletişim için:
Ozge.Sonmez@ipsos.com

