

## LÅT OSS MÄTA HUR DIN ANNONS FUNKERAR

Såg dina kunder, våra läsare din senaste annons? Vad tyckte de om den? Tänker de köpa det du marknadsförde och kommer de att besöka din butik till följd av annonsen?

Du kan få svar på de här frågorna – direkt från läsarna. Metoden heter RAM (Research and Analysis of Media), och är ett internetbaserat undersökningsverktyg, där panelmedlemmarna har 48 timmar på sig att besvara varje undersökning. Panelen består av tidningsläsare av Norrbottens-Kuriren och Norrländska Socialdemokraten som viktas för att representera läsarna en genomsnittlig dag.

### Varje mätning ger svar på följande frågor:

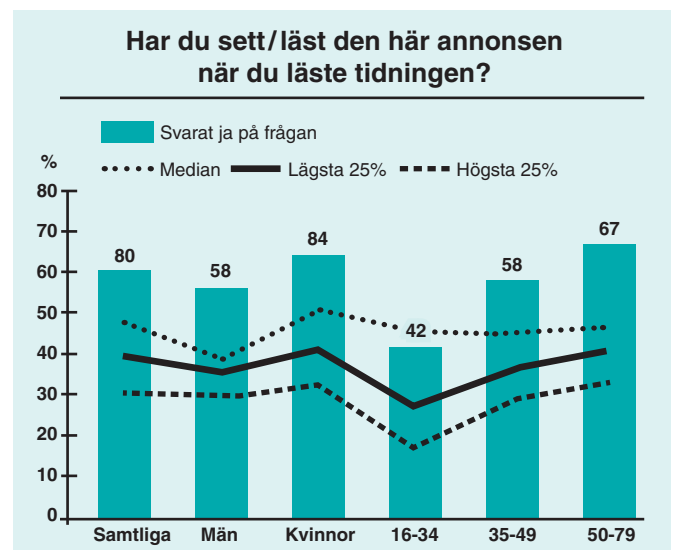
- Om man såg annonsen när man läste tidningen
- Vad man tyckte om den
- Känslomässig reaktion
- Uppfattning om avsändare
- Tidigare kännedom om annonsören
- Om annonsen vänder sig till mig
- Om annonsen är intressant, lättbegriplig och originell sin utformning
- Om annonsen innehåller ny information
- Om annonsen gör mig positivt inställd till annonsören
- Om man har haft eller kommer att få nytta av något i annonsen
- Om man har sökt eller kommer att söka mer information som följd av annonsen
- Om man har besökt eller kommer att besöka någon butik eller något försäljningsställe till följd av annonsen

- Om man har köpt eller kommer att köpa något som följd av annonsen

När mätningen är klar får du en presentation där du ser hur olika målgrupper har svarat, t ex män eller kvinnor i en viss åldersgrupp. Vi kan också jämföra dina resultat med annonser av samma storlek eller i samma bransch som din.

Visst låter det intressant?

Kontakta din annons säljare så berättar vi mer.



I det här exemplet kan man se att 60% hade sett den här annonsen när de läste tidningen, att kvinnor hade observerat den i något större utsträckning, och att personer över 50 år var det som oftast hade sett den. Den tjocka linjen är en referens, och visar medianvärdet för andra annonser i samma storlek. Den här annonsen har alltså ett mycket bra observationsvärde.