

ÚNOROVÝ NEURO OMNIBUS ZA AKČNÍ CENU

Rádi bychom prostřednictvím této mimořádné vlny NeuroOmnibusu umožnili všem zadavatelům reklamy, aby si za přijatelnou částku (150 000,- Kč/spot) vyzkoušeli metodu Neuro testu TV reklamy a mohli tak porovnat výsledky měření na podvědomé bázi pomocí EEG s tradičními metodami testování. Tato cena je platná pro únorovou vlnu NeuroOmnibusu.

METODA TESTOVÁNÍ

Metoda Neurotrace zjišťuje tři základní ukazatele efektivity reklamy:

- **relevanci spotu a jeho částí** pomocí monitoringu mozku (EEG)
- **aktivaci k nákupu** produktu či služby pomocí GSR (měření galvanického odporu kůže na rukou)
- **schopnost reklamy prosadit se** v reklamním bloku (kombinace EEG a GSR)

Součástí testu je navíc:

- **Main Message Recall test**, který sleduje zapamatovatelnost hlavního sdělení na vědomé úrovni,
- **oční kamera** (mimořádně pro únorovou vlnu), která pomáhá zjistit, které elementy nejsilněji poutají pozornost.



TERMÍNY MIMOŘÁDNÉ VLNY

ÚNOR 2012

závazné objednávky do 6.2.
předání TV spotu do 13.2.
realizace 21.-23.2.
výsledky do 15.3.

CÍLOVÁ SKUPINA

- Vzorek: n= 44
- muži/ženy (50:50)
- věk 20-50 let
- čistý osobní příjem 15 tisíc a více
- mix vzdělání
- lokalita výzkumu Praha

CENA

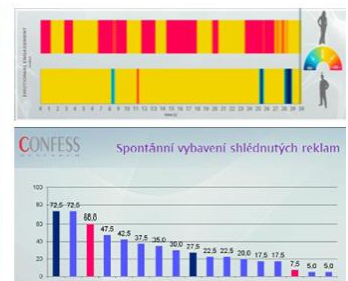
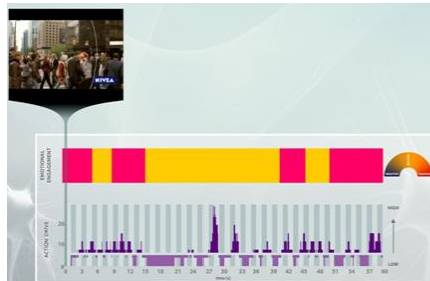
Cena pro mimořádnou vlnu Neuro Omnibusu, která proběhne **v únoru 2012, je 150 000,- Kč + DPH** za jeden TV spot v délce 10-60 sekund, což představuje 20% slevu oproti běžnému NeuroOmnibusu a 45% slevu oproti standardnímu Neuro testu.

Tato zvýhodněná cena zahrnuje biometrický test metodou **NeuroTrace (emoční zaujetí/relevance, aktivace, schopnost prosadit se v reklamním bloku, monitoring pozornosti oční kamerou)** a semi-kvantitativní **Main Message Recall test** (proklamované zapamatování reklamy a klíčového sdělení). Cena nezahrnuje zjištění dopadu reklamy na vnímání značky metodou Reaction times.

Mimořádná vlna Neuro Omnibusu bude spuštěna při min. 3 testovaných reklamách. Maximální počet testovaných reklam je 14, přičemž max. 3 mohou být od stejné značky a max. 6 ze stejné kategorie.

VÝSTUP

- Závěrečná zpráva ve formátu .ppt v jednom jazyce (čeština nebo angličtina)
- Motion players (video soubory kombinující testovaný spot s výsledky biometrického měření)
- Osobní prezentace výsledků v češtině nebo angličtině



V případě zájmu o zařazení do Neuro Omnibusu, pro další informace nebo při zájmu o detailní prezentaci Neuromarketingových metod výzkumu můžete kontaktovat:

Hana Kloučková, klouckova@confess.cz, tel. 603 52 34 84