



## LÖSUNGEN

Kampagnen absichern  
Werbewirkung steigern

## INNOFACT Pretests

Werbekampagnen sind zeit- und geldaufwändig. Deshalb schützen die meisten Werbetreibenden ihre Investitionen und testen Kampagnenideen vor dem Launch. Die **INNOFACT Pretests** sind dafür das ideale Messinstrument. Schnell, belastbar und zuverlässig – egal, ob online oder als Studiotest.

Werbetreibende und Agenturen nutzen den **INNOFACT Pretest**, um die Kampagnenwirkung vor dem Launch bei der Zielgruppe zu erforschen und Optimierungspotenzial zu identifizieren. So verschaffen Sie sich entscheidende Wettbewerbsvorteile in hart umkämpften Märkten.

## LÖSUNGEN

Werbung  
Pretests



# Schnell, robust, vielseitig und erfahren

*INNOFACT-Pretests liefern schnelle und belastbare Aussagen zur Wirkung von Werbemitteln.*

## Schnell

Die **INNOFACT Pretest-Abläufe** sind an das enge Timing bei der Entwicklung von Werbemitteln angepasst. Das gilt sowohl für Pretests in der kreativen Frühphase wie bei der Begleitung von Agentur-Pitches, als auch beim Testen von finalisierten Konzepten.

Besonders Online-Pretests liefern auch in der engen Taktung der Kampagnenentwicklung schnelle, aber nicht minder robuste Erkenntnisse.

## Robust

Die **INNOFACT Pretest-Studiendesigns** liefern Erkenntnisse zu den Kernindikatoren erfolgreicher Werbemittel

- Impulsleistung
- Gesamtgefallen
- Verständlichkeit
- Einzigartigkeit
- Likes
- Dislikes
- Passung zur Marke
- Passung zum Produkt
- Passung zu anderen Kampagnenteilen
- Recall des Claims
- Recall des Produkts
- Recall der Marke

## Vielseitig

**INNOFACT** führt Pretests für Print-, Online-, TV-, Radio-, und Out of Home-Werbemittel durch. Jeweils mit einem angepassten Studiendesign, das auf die individuellen Eigenheiten und Anforderungen des Kommunikationskanals eingeht. Auch integrierte Kampagnen werden in der kreativen Frühphase mit Pretests begleitet.

## Auf Erfahrung basierend

**INNOFACT** betreut eine Vielzahl von Auftraggebern auf Agentur- und Kundenseite und ist erfahren in den spezifischen Anforderungen, die die Begleitung von kreativen Prozessen an die Marktforschung stellt – insbesondere bei der Verlässlichkeit von Aussagen und dem Einhalten von Timings.