

Plakátvizsgálat, július

Kampány neve	Észlelés	Teljes tetszés	Teljes azonosítás	Teljes aktivizálás
Pannon	2	32	1	32
K&H	1	52	2	48
Cib	3	1	6	20
Sió	20	3	39	1

Forrás: Szonda Ipsos

A Szonda Ipsos 1992 óta végez havi rendszerességgel óriásplakát-hatásvizsgálatot. A vizsgálat mintája 800 fős, a megkérdezettek reprezentálják a nagyvárosok 15–70 év közötti lakosságát. A plakátokat színes fénymásolatok formájában mutatják be a márkanév letakarásával. A kérdésekből négy mutatót képeznek:

Észlelés: azok százalékos aránya, akik a bemutatott fotó alapján úgy emlékeztek, hogy látták a plakátot.

Teljes tetszés: azok százalékos aránya, akiknek tetszett a plakát.

Teljes azonosítás: azok százalékos aránya a vizsgált népességben belül, akik helyesen nevezték meg a letakart szót, vagyis a márkát.

Teljes aktivizálás: azok százalékos aránya a vizsgált népességben belül, akik úgy nyilatkoztak, hogy a plakát kedvet ébreszt bennük arra, hogy a hirdetett terméket megvásárolják, vagy a szolgáltatást igénybe vegyék.

A táblázatban azokat a kampányokat tüntettük fel, amelyek az egyes mutatók szerint a legjobbak voltak a hónapban. A táblázatban szereplő számok jelzik, hogy a kampány hányadik volt az adott mutató alapján a hónapban vizsgált összes kampány rangsorában. A rangsoroláskor az egy kampányhoz tartozó plakátokat összevonva, az egyes plakátok eredményeinek aggregálásával vesszük figyelembe.



Pannon

Megbízó:	Pannon
Kreatívügynökség:	Ogilvy & Mather
Kreatívigazgató:	Hegedűs Mihály
Senior art direktor:	Brávacz Balázs, Csali György
Szövegíró:	Zöld Attila
Médiaügynökség:	Universal McCann



K&H

Megbízó:	K&H Bank
Kreatívügynökség:	Republic
Kreatívigazgató:	Fabricsius Gábor
Art direktor:	Szűcs Eszter
Szövegíró:	Balázs Kornél
Médiaügynökség:	OMD



Cib

Megbízó:	CIB Bank
Kreatívügynökség:	hat
Kreatívvezető:	Lendvai Dávid
Vezető grafikus:	Herbszt László
Médiaügynökség:	Maximize



Sió

Megbízó:	Sió-Eckes
Kreatívügynökség:	Creative Partners
Grafika:	Linczmayer Miklós
Fotó:	Formanek Ferenc
Médiaügynökség:	Vizeum