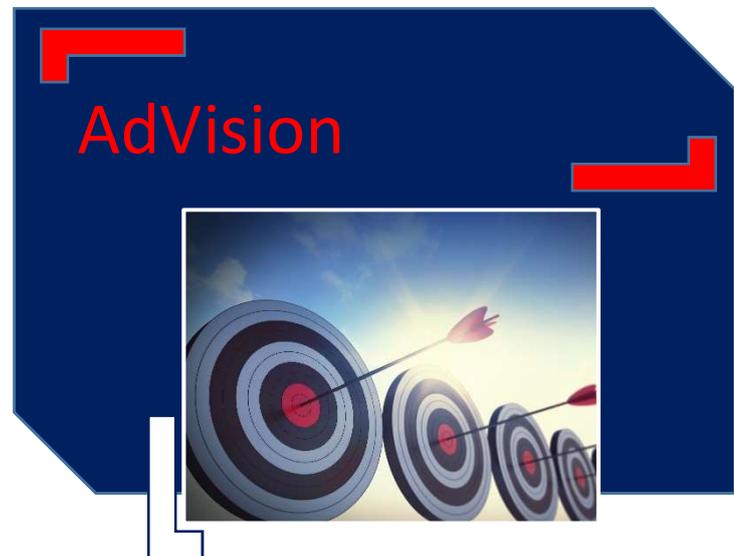




# Demoskopea

Oltre 50 anni di ricerche di mercato

MODELLO DI RICERCA



Area	<b>ADVERTISING</b>
Tipo di ricerca	<b>QUANTITATIVA</b>
Definizione modello	<i>Modello che misura l'efficacia di una campagna pubblicitaria.</i>
<b>Che cos'è</b>	E' una indagine quantitativa che indaga una campagna pubblicitaria sulle dimensioni: <b>Impatto e Persuasione.</b>
<b>Come funziona</b>	Tramite una batteria standard di item si misura la campagna su due assi: impatto e persuasione. I punteggi ottenuti formano un'area di efficacia con alla base del quadrante la persuasione e in altezza l'impatto.
<b>Vantaggi</b>	Il valore dell'area, confrontata con il benchmark, ci fornisce immediatamente il valore di performance della campagna. Sappiamo poi se il miglioramento dovrà agire sull'impatto o sul ricordo.

**GMC Marketing Consulting & Research srl**

Sede legale Via Del Caravaggio, 3 • 20144 Milano • Tel.: +39 (02) 954205387 • Fax: +39 02 4818318 • e-mail: [info@demoskopea.it](mailto:info@demoskopea.it)  
[www.demoskopea.it](http://www.demoskopea.it) Cap. soc. € 10.000 i.v. • REA CCIAA Milano n.1973690 • Codice fiscale e Part. I.V.A. 07636660966  
GMC Marketing Consulting & Research srl è proprietaria del Marchio **DEMOSKOPEA**