

Szemkameramódszer a reklámok hatékonyságáért

Faludi Viktória

A magyar piacon eddig ismeretlen szemkamera egy olyan vizuális eszköz, amely képes rögzíteni az emberi szem mozgását, miközben az különböző nyomtatványokat, prospektusokat, DM-levelet, reklámújságot, hirdetőseket, tévéreklámot vagy akár egy weboldalt szemlél. A szem mozgásáról felvétel készül, amely megmutatja, hogy a vizsgált reklámanyag megtekintése a megfelelő logikai sorrendben történik-e, mely szerkezeti elemek „működnek”, mi az, ami „vonzza” a szemet, és mi az, ami nem figyelemfelkeltő.

A gyakorlatban is bemutatta a szemkamerát a Prime Rate

A teljes körű nyomdai és direktmarketing-szolgáltatásokat nyújtó Prime Rate Kft. és az európai direkt marketingben több mint 15 éves tapasztalattal rendelkező német DM tanácsadó cég, az Institut Schantz, Neubauer & Partner „Sikerese direkt marketing akciók tervezése és megvalósítása a szemkameramódszerrel” címmel sajtótájékoztató és szeminárium keretében mutatta be a szemkamera gyakorlati működését. A szemkamerateszt megmutatja, hogy a vizsgált reklámanyag „jól működik-e”, segít a reklámra szánt költség hatékony felhasználásában, így biztosabban érhető el a tervezett eredmény.

Gyakorlati példák és tapasztalatok mutatták meg a szemkameramódszer lényegét, összefoglal-

va a DM-kampányok tervezésének és elkészítésének folyamatát, konkrét szempontokat, tippeket adva a sikeres megvalósításhoz.

Mérhetővé tenni a reklámnyomtatványok hatékonyságát

A Prime Rate Kft. 2006 júniusától megkezdte a németországi Institut Schantz, Neubauer & Partner (ISN) által kifejlesztett szemkamera használatával végzett elemzések kizárólagos hazai szolgáltatását.

„A piackutatások és egyéb megkérdezések alkalmával beszerzett, javarészt szubjektív véleményekkel szemben a szemkamera objektív információt ad mindarról, ami ténylegesen, ösztönösen felkelti az emberek érdeklődését, hiszen az emberi szem mozgása tudatosan nem irányítható. Így az erősségek és gyengeségek következetesen kimutathatók, és a várt eredmény elérése érdekében még a költséges gyártás előtt lehetőség nyílik a reklámnyomtatványok optimalizálására. Természetesen már felhasznált reklámanyagok vizsgálata is lehetséges, így utólag igazolható azok sikere vagy eredménytelensége. A Prime Rate kétféle szolgáltatást kínál az érdeklődőknek: Az 1–3 vizsgálati alannal végzett Demo-elemzést és a 10–15 vagy akár még több vizsgálati alannal készülő Trend elemzést.” – adott tájékoztatást *Miha Tamás*, a Prime Rate DM üzletágvezetője, aki egyben az első hazai szemkameraprojekt vezetője is.

