Prislista 2018

LRF MEDIA

VERSION 180131

RAM SHARPENS YOUR MEDIA

– Effektmätningar för bättre affärer

RAM mäter och beskriver hur enkla och komplicerade reklamkampanjer uppfattas både inom mediets hela population eller inom specifika målgrupper. Metoden bygger på att via utprovade och specialicerade frågeformulär fråga ett urval av de som exponerats för en kampanj.



Syftet är att utvärdera hur kampanjen har påverkat målgruppen, redovisa kommunikationens olika egenskaper och visa vilken handlingskraft den genererat. Resultatet av undersökningen kan jämföras mot normvärden för att kunna värdera de resultat som uppnåtts. RAM har sedan 2001 mätt över 100 000 annonser och banners och genomfört över 50 miljoner intervjuer vilket byggt upp en världsledande referensdatabas som alla kunder kan jämföras mot.

Resultaten visar hur väl annonsen observeras, hur den avkodas, hur avsändaren uppfattas och hur väl den leder till konsumenternas åtgärder. Extrafrågor – ad hoc-frågor –kan läggas till i standardundersökningen för att skräddarsy enskilda mätningar.

RAMS effektmätningar används inom print, digitala kanaler, radio, tv, utomhusreklam och DR. Kampanjer kan mätas på enskilda kanaler eller i kombinationer – multikanalkampanjer.

Det finns **tre** huvudtyper av kampanjemätningar:

- Enskilda reklammätningar.
- Upprepade reklamkampanjer i en kanal.
- Reklamkampanjer i flera kanaler.

KONTAKTA DIN MEDIASÄLJARE PÅ LRF MEDIA FÖR VIDARE INFORMATION.

ANNONSMÄTNING
4 990 kr (inkluderar mätkostnad + inläggning + rapport)

EXTRAFRÅGOR ELLER ADHOC-UNDERSÖKNINGAR	
ADHOC-PRISER	DO IT YOURSELF
1-5 frågor	8 000 :-
6-12 frågor	10 000 :-
13+ frågor	12 000 :-
	Alla priser anges i ex.moms.