Poster Performance Index PPI®
Controllo del vostro investimento pubblicitario

Il Poster Performance Index PPI ® costituisce uno strumento di controllo per tutti coloro che preferiscono la pubblicità esterna come strumento pubblicitario e vogliono dimostrarne l'efficacia con i numeri. APG | SGA fornisce a voi e ai vostri clienti, importanti criteri per analizzare l'efficienza dei vostri investimenti pubblicitari e illustrare il rapporto costi/benefici delle vostre campagne di affissione.

Il PPI ® è uno strumento di controllo e di benchmarking. Esso risponde alle seguenti domande chiave:
- Quante persone si ricordano della vostra campagna Out of Home?
- Riescono a fare l'abbinamento con la marca giusta?
- A che livello si situa l'accettazione?
- Vi sono differenze nei vari target socio-demografici?
- Cosa emerge dai risultati, rispetto alla concorrenza?

In esclusiva da APG|SGA
- Gratis per grandi campagne Out of Home nazionali (senza garanzia)
- 12 clienti per sondaggio (partecipanti secondo l'ordine di arrivo delle iscrizioni)
- Presentazione chiara dei risultati ai clienti quattro settimane dopo il periodo d'affissione

Criteri

Memorizzazione/Riconoscimento[1]
«Si ricorda di aver visto recentemente questa pubblicità oppure uno o più soggetti di questa campagna?»

Riconoscimento del marchio[1, 2]
«Di quale marca e prodotto si trattava? La marca potrebbe essere ad esempio "Chanel" e il prodotto "N° 5".

Gradimento della campagna[2]
«Qual è stato il suo livello di gradimento di questo manifesto o questa campagna di affissione: ottimo, buono, sufficiente, o insufficiente?»

Programma 2020[3]

Settimane di affissione
03/04/05
08/09/10
12/13/14
19/20/21
24/25/26
36/37/38
45/46/47
49/50/51

Scheda tecnica

Area d'esame
Agglomerazioni di Basilea, Berna, Zurigo, Losanna e Ginevra

Oggetto d'esame
Campagne Out of Home analogiche e digitali con formati standard e/o formati specifici in ubicazioni particolari

Popolazione statistica
Popolazione residente nelle agglomerazioni urbane in esame fra 15 e 59 anni di età

Procedimento
Interviste personali online (durata 15 minuti circa), immediatamente a fine campagna.

Prova a campione
500 persone (100 persone per ognuna delle agglomerazioni in esame: Berna, Basilea, Zurigo, Ginevra, Losanna). Selezione casuale in base a quote prestabilite, risultati ponderati in base - alle cifre effettive della popolazione (Base: MACH Basic 2019).

Realizzazione
intervista AG, Berna

Contatto
APG|SGA,
Allgemeine Plakatgesellschaft AG
Christof Hotz
Giesshübelstrasse 4
Postfach
CH-8027 Zürich
T +41 58 220 78 45
christof.hotz@apgsga.ch
www.apgsga.ch

[1] Nomi e loghi di marche, prodotti o aziende sono offuscati e resi irriconoscibili
[2] Risposte in % delle persone che si ricordano della campagna. – [3] Senza garanzia: programma definitivo su richiesta