

Effekten af 6 sekunder - awareness og adfærd

6 sekunder roll pre/post

Situation

Ekstra Bladet fokuserer på brugerne og arbejder fremadrettet kun med 6 sekunders rolls – i samarbejde med OMD Denmark blev effekten af 6 sekunder undersøgt

Løsning

OMD Denmark har indsamlet og analyseret surveys blandt 1.656 respondenter på tværs af to brancher for:
Eksponerede for kort roll (6 sek)
Eksponerede for lang roll (20-30 sek)

Testimonial

Undersøgelsen har givet os argumenter for, at en kort roll godt kan bidrage til synlighed af en kampagne og hvis benyttet rigtigt, kan bidrage positivt og støtte op om en samlet medieplan.

- Pernille Serup Omak, Consultant i Consumer Insight, Annalect

Video 6.0

Vil overveje
op til indeks
108

Uhjulpet erindring
op til indeks
118



**Ekstra
Bladet**

Video 6.0

Studiet viser:

Vejen til højere effekt på 6 sekunder:

Simpelt budskab
Producer til formatet 6 sekunder
Brug det som støtte på et etableret univers