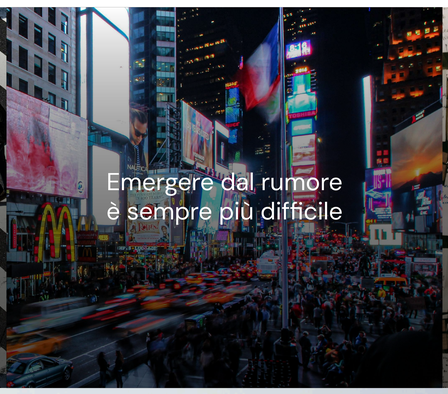
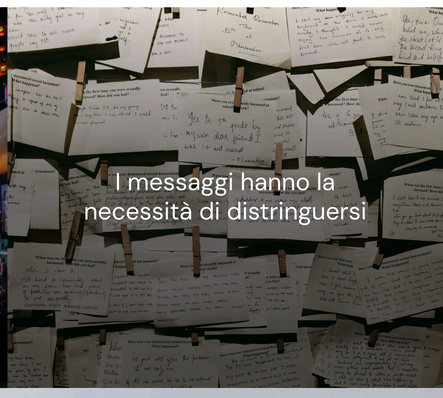
um

TBWA\

Stand Against Bland Day





Qual è il prezzo della banalità?

Metodologia: ultimi 3 anni di studi pre-post campagna: KPI correlati

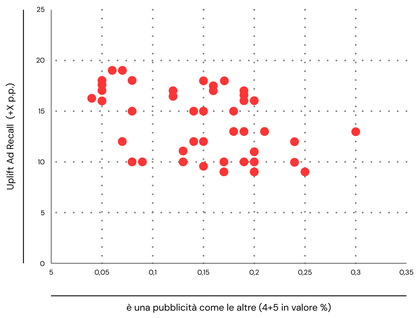
KPI di Brand

AdRecall
Awareness
Consideration
Purchase

KPI di Comunicazione

La pubblicità che ho appena visto è come tutte le altre

Abbiamo relazionato la banalità con l'Ad Recall



Ogni punto rappresenta una campagna. Abbiamo confrontato la quota di persone che percepiscono la pubblicità come "uguale alle altre" con l'uplift generato sui KPI di brand, per verificare l'esistenza di una relazione statisticamente significativa

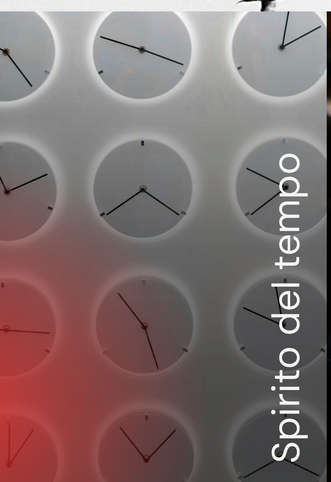
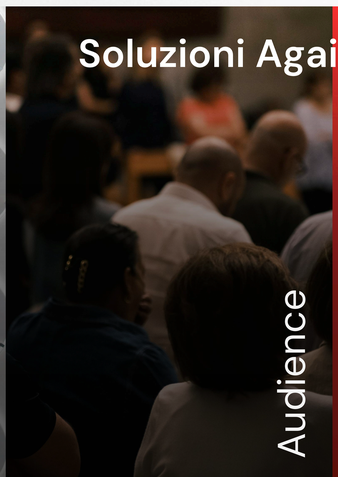
Non abbiamo trovato una singola evidenza positiva

Ogni +10 punti di persone che percepiscono una pubblicità come "uguale alle altre" si associano:

Variazione KPI in P.ti	PARI A Valore
-2,1 punti di Ad Recall	~ 226.354 €
-3,7 punti di Awareness	~ 957.599 €
-3,4 punti di Consideration	~ 1.028.784 €
-0,6 punti di Purchase	~ 266.611 €

The Bland Multiplier

	The Bland Multiplier
Ad Recall	X 1,16
Awareness	X 1,37
Consideration	X 1,46
Purchase	X 1,08

The Bland Multiplier: moltiplicatore di budget media in uno scenario di campagna indifferenziata

Soluzioni Against the Bland