ADVERTISING RESEARCH

Research can be conducted to optimise advertisements for any medium: **radio, television, print (magazine, newspaper or direct mail), outdoor billboard (highway, bus, or train)**, or **Internet**.

शोध किसी भी माध्यम के लिए विज्ञापनों को अनुकूलित करने हेतु किया जा सकता है: **रेडियो, टेलीविजन, प्रिंट** (पत्रिका, समाचार पत्र या **डायरेक्ट मेल**), **आउटडोर बिलबोर्ड** (हाईवे, बस या ट्रेन), या इंटरनेट।

RADIO

रेडियो

TELEVISION

टेलीविजन

PRINT (MAGAZINE, NEWSPAPER OR DIRECT MAIL)

प्रिंट (पत्रिका, समाचार पत्र या डायरेक्ट मेल)

OUTDOOR BILLBOARD (HIGHWAY, BUS, OR TRAIN)

आउटडोर बिलबोर्ड (हाईवे, बस या ट्रेन)

INTERNET

इंटरनेट

Advertising research is the investigative process of market research to **optimise the success** of **your advertising strategy**.

विज्ञापन शोध, अपनी विज्ञापन **रणनीति की सफलता को अनुकूलित** करने के लिए बाजार अनुसंधान की अन्वेषण प्रक्रिया है।

It determines the success of an ad based on **consumer behaviour, feedback,** and **responses**.

यह **उपभोक्ता व्यवहार, प्रतिक्रिया और प्रतिक्रियाओं** के आधार पर किसी विज्ञापन की सफलता निर्धारित करता है।

Rohit Yadav

PhD Scholar at

Central University of Rajasthan

JRF Media Academy

UGC-NET

PAPER 1

FULL COURSE

Let's Find Out Every Concept in Detail.

- COMPLETE SYLLABUS – TOPIC WISE
- LATEST PYQ's WITH DETAILED SOLUTIONS
- TOPIC-WISE VIDEO LECTURES
- HINDI & ENGLISH

\+ MASS COMMUNICATION

PAPER 2

FULL COURSE

UGC-NET by Rohit

UGC-NET Paper 1 Complete Syllabus with Latest PYQ's Solutions.

Types of Advertising Research

विज्ञापन अनुसंधान के प्रकार

Pre-Testing

पूर्व-परीक्षण

Concurrent Testing

समवर्ती परीक्षण

Post-Testing

पश्च-परीक्षण

JRF Media Academy by Rohit

Pre-Testing
पूर्व-परीक्षण

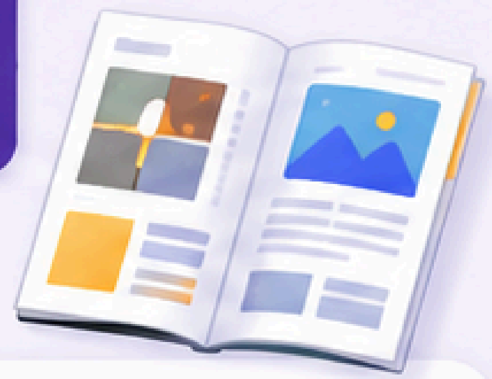
Prevention is always better than cure

रोकथाम, इलाज से हमेशा बेहतर होती है

It allows an opportunity to detect and eliminate weaknesses or flaws increases.

यह कमजोररियों या दोषों का पता लगाने और उन्हें दूर करने का अवसर प्रदान करता है।

Pre-Testing
पूर्व-परीक्षण



- In TV, a rough cut of an entire commercial might be produced.

टीवी में, किसी पूरे विज्ञापन का एक प्रारंभिक संस्करण तैयार किया जा सकता है।

- In studying the illustration copy of a proposed magazine spread, a researcher might show an illustration of the product photographed from different angles to three or more groups of subjects

किसी प्रस्तावित पत्रिका पृष्ठ के चित्रात्मक प्रारूप का अध्ययन करते समय, शोधकर्ता उत्पाद की विभिंन्न कोणों से ली गई तस्वीर को तीन या अधिक समूहों के सामने प्रस्तुत कर सकता है।

PRE-TESTING

Pre-testing, also known as copy testing is a form of customised research that predicts in-market performance of an ad, before it airs/published

प्रि-टेस्टिंग, जिसे कॉपी टेस्टिंग भी कहा जाता है, एक प्रक्रार का कस्टमाइज़्ड रिसर्च हैं जो किसी विज्ञापन के प्रसारित/प्रकाशित होने से पहले उसके बाजार में प्रदर्शन की भविष्यवाणी करता है।

PRE-TESTING

Consumer Jury	उपभोका जूरी
Mock Magazine	मॉक मैंगजीन
Rough Cut	रफ कट
Projective Technique	प्रोजेक्टिव तकनीक
Sales Experiment	सेल्स एक्सपेरिमेंट
Eye Movement Tracking	आई मूवमेंट ट्रैकिंग
Galvanometer	गैल्वेनोमीटर

PRE-TESTING

Copy Testing	कॉपी टेस्टिंग
Concept Pre-Testing	कॉन्सेप्ट प्रि-टेस्टिंग
Projective Technique	प्रोजेक्टिव तकनीक
Split Run test	स्प्लिट रन टेस्ट

PRE-TESTING IN BROADCAST ADVERTISEMENTS

Theatre Test

थिएटर टेस्ट

Trailers

ट्रेलर्स

OBJECTIVES OF PRE-TESTING

1 Establish whether the advert ‘says’ what it was intended to

यह स्थापित करना कि विज्ञापन ‘कहता’ वही है जो कहने का उद्देश्य था

2 Assess the likelihood of getting a response from the reader

पाठक से प्रतिक्रिया मिलने की संभावना का आकलन करना

Concurrent Testing

समवर्ती परीक्षण

- Concurrent testing is evaluated throughout the whole advertisement execution process.

  समवर्ती परीक्षण पूरे विज्ञापन निष्पादन प्रक्रिया में मूल्यांकन किया जाता है।

- Tests are conducted while audience is exposed to different type of media. Following are the

  परीक्षण तब किए जाते हैं जब दर्शक विभिन्न प्रकार के मीडिया के संपर्क में होते हैं। निम्नलिखित हैं

- Methods : Consumer Diaries, Co-incidental Surveys, Tracking Studies

  विधियों : उपभोक्ता डायरियों, सह-आकस्मिक सर्वेक्षण, ट्रैकिंग अध्ययन

Post Testing

पश्च-परीक्षण

Post-testing is done to know- to what extent the advertising objectives are achieved.
पश्च-परीक्षण यह जानने के लिए किया जाता है कि विज्ञापन के उद्देश्य किस हद तक प्राप्त हुए हैं।

ROI, Consumer attitude, future communication.
ROI, उपभोक्ता दृष्टिकोण, भावी संप्रेषण।

Methods : Recall Test, Bruzzone Test, Sales Test etc
विधियाँ : रिकॉल टेस्ट, ब्रूजोन टेस्ट, सेल्स टेस्ट आदि

Ad Tracking

विज्ञापन ट्रैकिंग का उद्देश्य आम तौर पर मीडिया वजन या व्यय स्तर, मीडिया खरीद या लक्षितीकरण की प्रभावशीलता और विज्ञापन निष्पादन या रचनात्मक की गुणवत्ता के संयुक्त प्रभाव का माप प्रदान करना है।

- Media Weight / Spending Level
  मीडिया वजन / व्यय स्तर
- Effectiveness of Media Buy / Targeting
  मीडिया खरीद / लक्षितीकरण की प्रभावशीलता
- Quality of Advertising Executions / Creative
  विज्ञापन निष्पादन / रचनात्मक की गुणवत्ता

JRF Media Academy by Rohit

ADVERTISING RESEARCH METHODS

QUALITATIVE METHODS

गुणात्मक विधियाँ

1. Focus Group | फोकस ग्रुप
2. Indepth-Interview | गहन साक्षात्कार
3. Projective Techniques | प्रोजेक्टिव तकनीकें
4. Respondent Diaries | प्रतिभागी डायरी
5. Direct Observation | प्रत्यक्ष अवलोकन

QUANTITATIVE METHODS

मात्रात्मक विधियाँ

1. Sales Area Test | सेल्स एरिया टेस्ट
2. Recall Test | रीकॉल टेस्ट
3. Checklist Method | चेकलिस्ट विधि
4. Tracking Study | ट्रैकिंग स्टडी

Recall Studies / स्मरण अध्ययन

An ad recall survey is the process of following up with an audience after an advertisement is run to understand what the respondents recall about the advertisement if anything.

विज्ञापन प्रसारित होने के बाद दर्शकों से अनुसरण करना और यह समझना कि उन्हें उस विज्ञापन के बारे में क्या याद है, यदि कुछ भी याद है, इसे विज्ञापन स्मरण सर्वेक्षण कहते हैं।

Aided and Unaided Recall Studies / सहायक और असहायक स्मरण अध्ययन

Most commonly, there are three options brands utilize for ad recall research. This includes:

सबसे आम तौर पर, विज्ञापन स्मरण अनुसंधान के लिए ब्रांड तीन विकल्पों का उपयोग करते हैं, जिनमें शामिल हैं:

1. Aided awareness approach / सहायक जागरूकता दृष्टिकोण
2. Unaided awareness approach / असहायक जागरूकता दृष्टिकोण
3. Blinded approach / भ्रमित दृष्टिकोण

Aided and Unaided Recall Studies / सहायक और असहायक स्मरण अध्ययन

"Do you remember seeing an advertisement for Nescafe in the past 24 hours on social media?"
क्या आपको पिछले 24 धंटों में सोशल मीडिया पर Nescafe का कोई विज्ञापन याद है?"

"Do you remember seeing an advertisement for Coffe in the past 24 hours?"
क्या आपको पिछले 24 धंटों में Coffee का कोई विज्ञापन याद है?

Blinded Recall Studies / भ्रमित स्मरण अध्ययन

"What advertisements do you recall seeing on your social media feed in the past 24 hours?"

पिछले 24 धंटों में आपको अपनी सोशल मीडिया फीड पर कौन से विज्ञापन याद हैं?"

Measuring Awareness / सहायता मापना

Unaided Recall
बिना सहायता स्मरण

"For what **products** and **brands** do you remember seeing ads?
किस उत्पादों और ब्रांडों के विज्ञापन आपको याद हैं?

Unaided Recall Cue
बिना सहायता संकेत

Vs

Aided Recall
सहायता प्राप्त स्मरण

"Do you remember seeing ads for **personal computers**?
क्या आपको **पर्सनल कंप्यूटर** के विज्ञापन याद हैं?

Aided Recall Cue
सहायता प्राप्त संकेत

Unaided vs. Aided Recall Questions
बिना सहायता बनाम सहायता प्राप्त स्मरण प्रश्न

★ Because respondents often forget, or fail to recall accurately, their activities and behavior, you can use aided recall questions to "jog" their memories.
क्योंकि उत्तरदाता अक्सर भूल जाते हैं या सही-सही याद नहीं कर पाते, इसलिए उनकी याददाश्त को "जागृत" करने के लिए सहायता प्राप्त स्मरण प्रश्नों का उपयोग किया जाता है।

Unaided recall: "Please list all of the Communication classes in which you participated in learning groups last semester." (open-ended question)
बिना सहायता स्मरण: "कृपया उन सभी कम्युनिकेशन कक्षाओं की सूची बनाइए जिनमें आपने पिछले सेमेस्टर में लर्निंग ग्रुप्स में भाग लिया था।" (खुला अंत वाला प्रश्न)

Aided recall: "Please place a check by any of the Communication courses in which you participated in a learning group last semester." (closed-ended question)
सहायता प्राप्त स्मरण: "कृपया उन कम्युनिकेशन कक्षाओं के सामने चेक लगाइए जिनमें आपने पिछले सेमेस्टर में लर्निंग ग्रुप में भाग लिया था।" (बंद अंत वाला प्रश्न)

Public Speaking
पब्लिक स्पीकिंग

Introduction to Interpersonal Communication
इंटरपर्सनल कम्युनिकेशन का परिचय

Small Group Communication
छोटे समूह में संचार

ADVERTISING RESEARCH MCQ PRACTICE

Q1 Which of the following campaign assessment research techniques provides important feedback to the advertiser while the campaign is still in progress?

निम्नलिखित में से कौन सी अभियान मूल्यांकन अनुसंधान तकनीक विज्ञापनदाता को अभियान अभी भी प्रगति पर होते समय महत्वपूर्ण प्रतिक्रिया प्रदान करती है?

- **A.** Tracking studies | ट्रैकिंग स्टडीज ✓
- **B.** Projective techniques | प्रोजेक्टिव तकनीक
- **C.** Respondent diaries | प्रतिभागी डायरी
- **D.** Directed observation | निर्देशात्मक अवलोकन

Q2 Research used to determine the most effective way of structuring a message to achieve the desired results, known as _____

वांछित परिणाम प्राप्त करने के लिए संदेश को संरचित करने के सबसे प्रभावी तरीके निर्धारित करने के लिए उपयोग किए जाने वाले अनुसंधान को ______ कहा जाता है।

- **1.** Audience turnover | ऑडियंस टर्नओवर
- **2.** Added Recall | एडेड रीकॉल ✓
- **3.** Copy testing | कॉपी टेस्टिंग
- **4.** Agenda setting | एजेंडा सेटिंग