

Instytut badawczy ARC Rynek i Opinia wprowadził od stycznia do swojej oferty nową usługę o nazwie Brand & Celebrity. Polega ona na przygotowaniu eksperckiej analizy pomagającej brand managerom oraz pracownikom agencji reklamowych zoptymalizować dobór celebrytów do celów komunikacji marketingowej.

„Wiele marek w swojej komunikacji marketingowej jest obecnie wspieranych wizerunkowo przez gwiazdy show biznesu lub sportu. Jest to jedna z najbardziej skutecznych form budowania siły marki od strony wzmocnienia pożądanego wizerunku, jak również poprawy sprzedaży. Ogromnym jednak wyzwaniem dla brand managerów oraz pracowników agencji reklamowych jest odpowiedni dobór osób, które będą wykorzystywane w prowadzonych przez nich kampaniach promocyjnych” – mówi Marcin Powiłański z ARC Rynek i Opinia, jeden z pomysłodawców nowej usługi Brand & Celebrity.

Od stycznia 2011 roku instytut ARC Rynek i Opinia wprowadził do swojej oferty nową usługę – Brand & Celebrity. Polega ona na przygotowaniu eksperckiej analizy pomagającej zoptymalizować wybór celebrytów do celów komunikacji marketingowej. Analiza wykorzystuje m.in. szczegółowe dane uzyskane z badania Celebrity Monitor obejmującego ponad 400 gwiazd show biznesu i sportu, które instytut prowadzi od ponad 2 lat.

Usługa składa się z analizy danych dotyczących popularności i wizerunku gwiazd zawartych w raportach badania Celebrity Monitor za okres ostatnich 24 miesięcy, analizy obecności nazwisk kandydatów na celebrytę dla marki w Internecie (online buzz check) oraz specjalnego badania wybranych kandydatów na celebrytę dla marki na grupie docelowej marki (zgodnie z jej pozycjonowaniem).

ARC Rynek i Opinia