

RESEARCH & INTELLIGENCE, RTL



IMPACT VAN FRAME-SPLIT ADVERTISING

februari, 2019

WAT IS DE MEERWAARDE VAN EEN FRAME- SPLIT T.O.V. EEN REGULIERE COMMERCIAL?

RTL heeft in samenwerking met het **onderzoeksbureau DVJ Insights** een onderzoek opgezet om het effect van een frame-split aan te tonen.

De hypothese is dat een frame-split leidt tot een hogere impact vanwege de bijzondere positie die een frame-split heeft t.o.v. een reguliere commercial.

Dit leidt tot een hogere score op **engagement** de mate van aandacht op basis van bereidheid, een hogere **merkherinnering** *en* een betere **boodschapoverdracht**

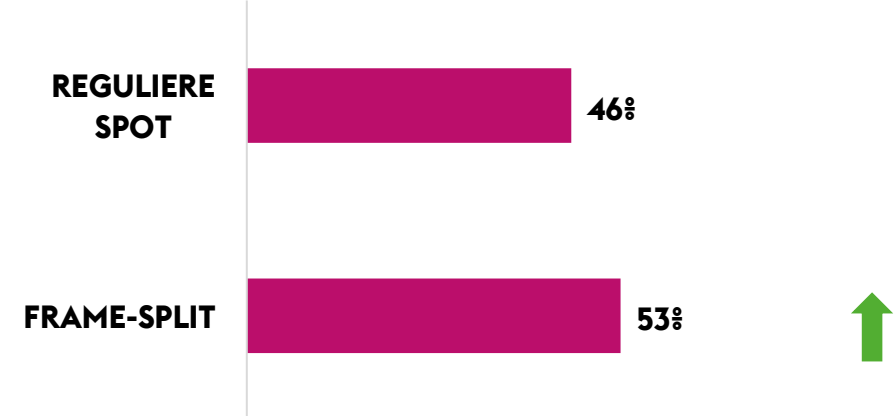
ENGAGEMENT BEREIKHEID TOT KIJKEN VAN DE COMMERCIAL/FRAMESPLIT

Bij beide KPI's van de dimensie engagement scoort de frame-split significant hoger dan de reguliere tv-commercial. Dit laat zien dat men bij een frame-split minder vaak wegezapt dan in een regulier reclameblok.

NIET WEGGEZAPT NA 10 SECONDEN



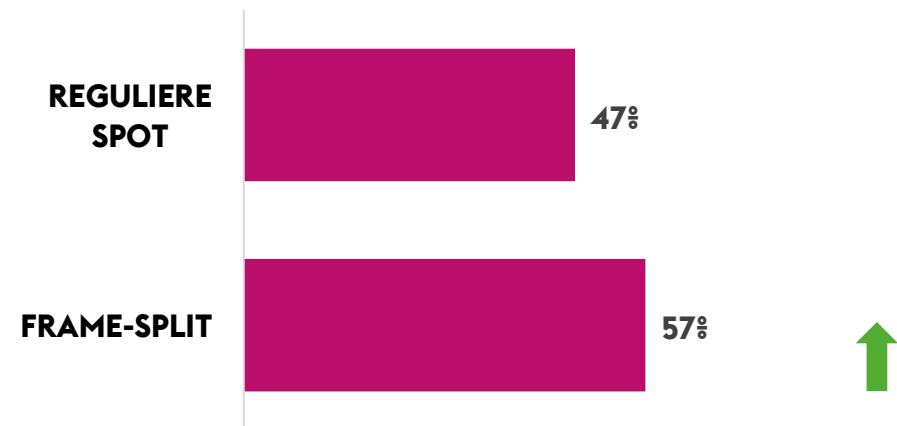
HELEMAAL UITGEKEKEN



BRAND IMPACT IN WELKE MATE WETEN MENSEN EEN MERK EN EEN MERK TE HERINNEREN?

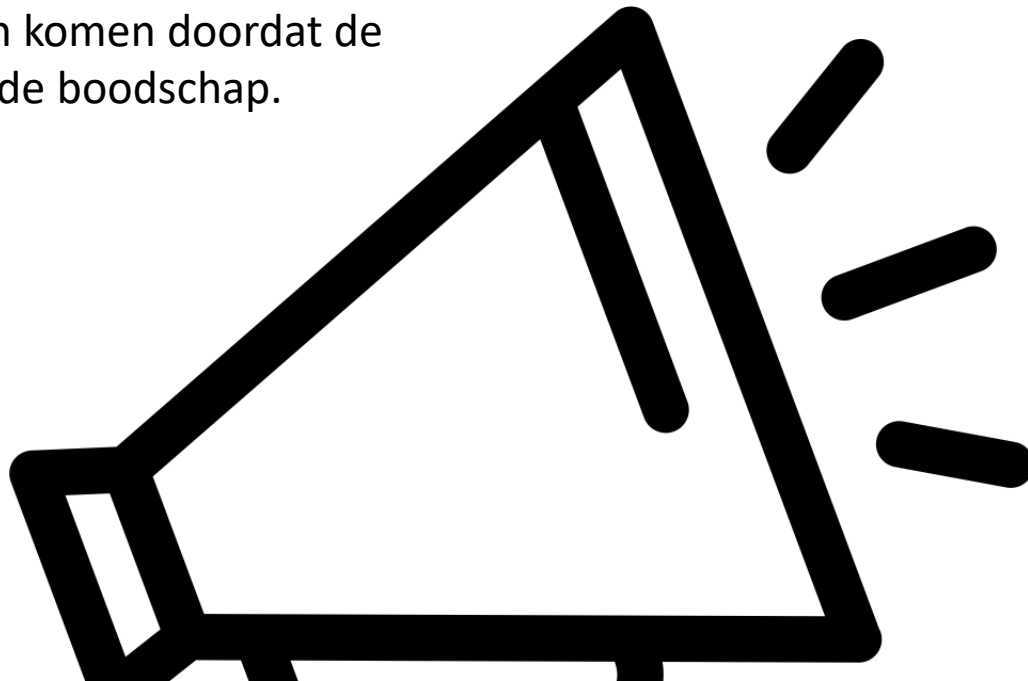
Doordat men aandachtiger kijkt naar de frame-split, is men beter in staat om de adverteerder spontaan te nemen. De spontane merkherinnering scoort significant hoger bij een frame-split. Aangezien dit een belangrijke voorspeller is voor sales, kunnen we stellen dat adverteren via een frame-split effectiever is dan via een reguliere commercial.

SPONTANE MERKHERINNERING

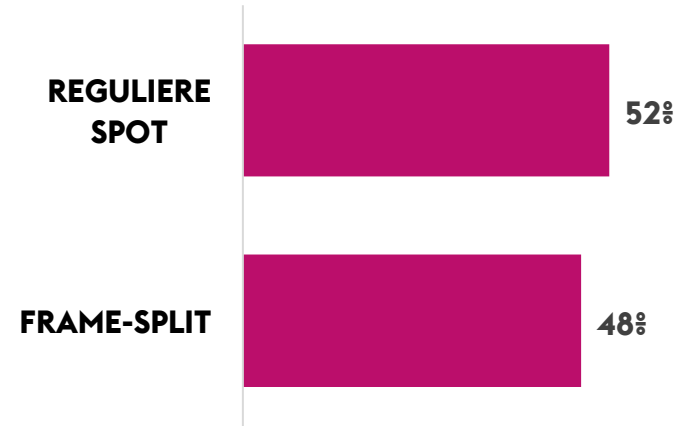


BOODSCHAPOVERDRACHT IN WELKE MATE KUNNEN MENSEN DE BOODSCHAP TERUGKOPPELEN?

Het overbrengen van de boodschap wordt niet significant beter gedaan bij een frame-split of reguliere commercial. Dat een frame-split hier niet hoger scoort dan een reguliere spot zou kunnen komen doordat de klok afleidt van de boodschap.



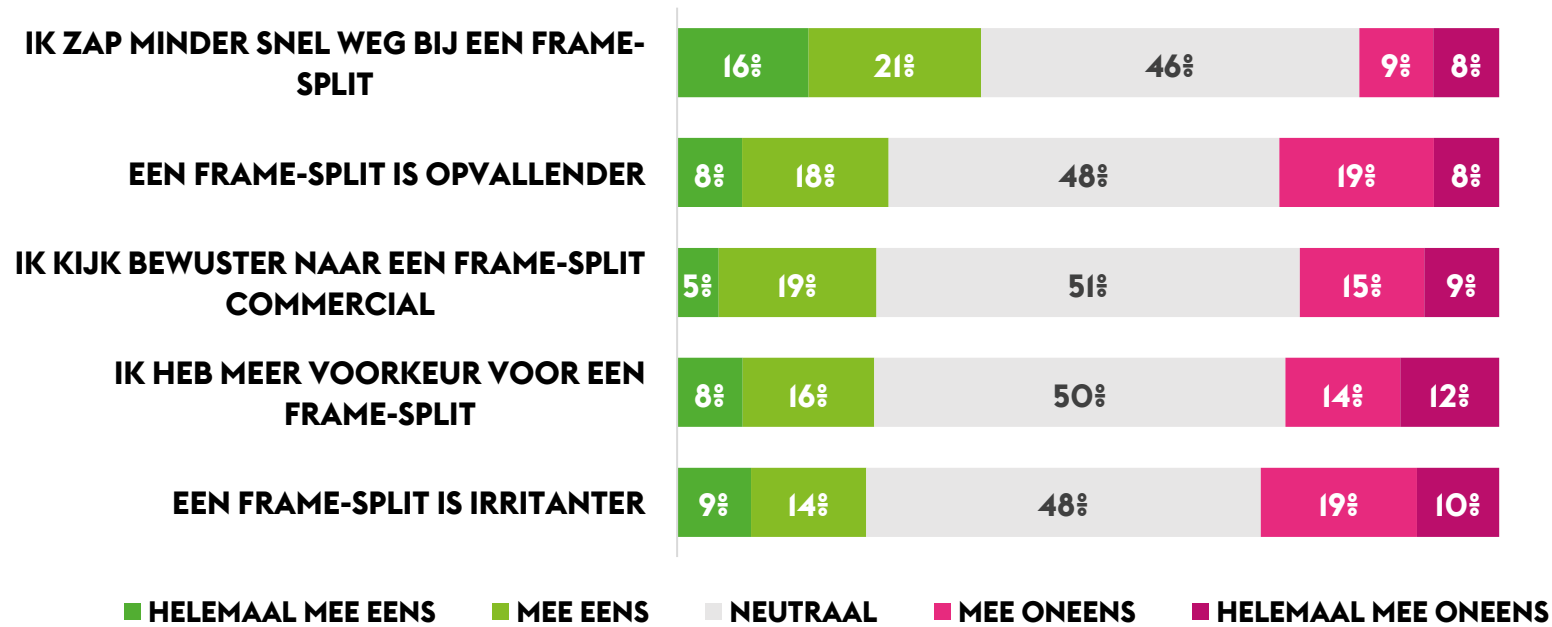
BOODSCHAPOVERDRACHT



40% geeft aan dat de klok in beeld afleidt, **23%** vindt is het hier niet mee eens en **38%** is neutraal.

BEOORDELING FRAME-SPLIT T.O.V. REGULIERE COMMERCIAL

Zoals ook al te zien bij het onderdeel engagement, geeft men ook bewust aan minder snel weg te zappen bij een frame-split dan bij een reguliere spot. Ook wordt de frame-split als minder irritant ervaren.



FRAME-SPLIT IS EFFECTIEVER DAN EEN REGULIERE SPOT

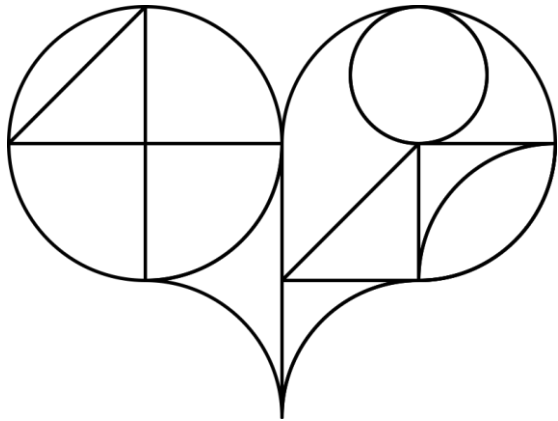
#1
FRAME-SPLIT ZORGT
VOOR EEN HOGERE
ENGAGEMENT

#2
DE HOGERE
ENGAGEMENT LEIDT
TOT EEN HOGERE
BRANDIMPACT

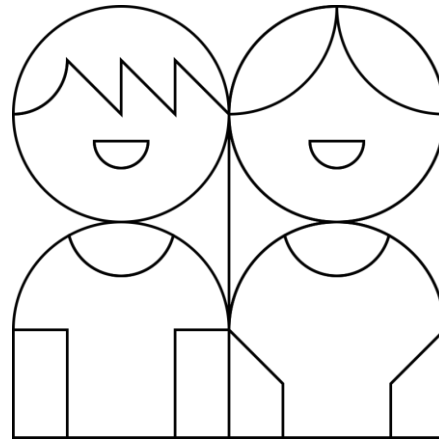
#3
GEEN VERSCHIL IN
BOODSCHAP-
OVERDRACHT
TUSSEN FRAME-
SPLIT & REGULIERE
SPOT

#4
FRAME-SPLIT LEIDT
TOT MINDER
IRRITATIE

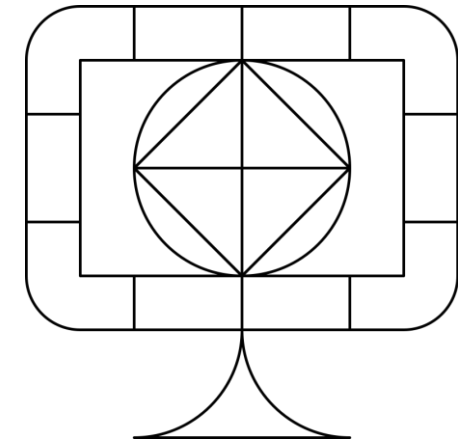
ONDERZOEKSOPZET



Om de effecten tussen twee vormen te kunnen destilleren is er gebruik gemaakt van een experimenteel design. Hiervoor zijn vier groepen gecreëerd en zijn er voor vier verschillende merken een frame-split en reguliere spot meegenomen in het onderzoek.



Aantal respondenten:
 $n=1200$ ($n=150$ per conditie)
Doelgroep:
m/v 25-54 jaar.



Online veldwerk heeft gelopen in de periode van 8-11-2018 tot 20-11-2018.