




<b>Llegenda (codis de color)</b>	Data	14 de desembre de 2012
	Materials a ensenyar als participants	
	Notes per al moderador	
	Objectius pretesos des de la comunicació (no s'ensenyen al participant)	

## GUIO POST TEST CAMPANYA 2012 "Sí, podem evitar-ho"

**OBJECTIU DE LA INVESTIGACIÓ:** conèixer l'**eficàcia** de la nova campanya i entendre **com ha funcionat** a tots els nivells. En concret, entendre els **elements més rellevants que influeixen el record i comprensió** de la comunicació i saber les **modificacions i aprenentatges** a tenir en compte per a futures campanyes.

### Introducció: (5')

- Explicació del **funcionament de la reunió:** sinceritat, espontaneïtat, no consens, esperit constructiu, gravació àudio-vídeo, confidencialitat.
- Explicació de l'**objectiu** de la reunió:
  - o Conèixer el **nivell de record d'una campanya institucional** realitzada enguany a diferents mitjans
  - o Recollir la seva **opinió i valoració** sobre la mateixa
  - o Detectar la seva **eficàcia - utilitat**
  - o Plantejar **millores i canvis** per aconseguir assolir els seus objectius principals.
- **Presentació del participants:** nom, edat, estat civil, fills i professió.

### 1. Record i notorietat de la campanya del Servei Català de Trànsit (SCT) (15')

- Quines **campanyes institucionals** – fetes per organismes governamentals - **recordeu** haver vist o sentit últimament (a la TV, ràdio, sales de cinema o Internet)?  
Esp. (Recollir totes les campanyes esmentades a la pissarra)
- Per a cada campanya recordada treballar:
  - o **De què tractava** aquesta campanya?
  - o **Qui era el responsable** –institució, organisme, govern central, autonòmic, etc-?
  - o Quin era el **missatge**?
  - o **A qui anava dirigida**?
- Si espontàniament no surt la campanya del SCT, facilitar el seu record:

- 1º) **Recordeu alguna campanya** (TV, radio, sales de cinema o Internet) **relacionada amb accidents de trànsit** (cotxe, moto o vianants)?

2º) Si es recorda (encara que sigui vagament), continuar amb el punt següent, si no es recorda (i es confon amb d'altres), facilitar el seu record ensenyant una de les falques **sense marca**.

- Grup joves (18-35 anys): falca Jordi Casellas
- Grup grans (36-45 anys): falca Albert Quiles

- Per quins **motius** creien que **recordeu / no recordeu** aquesta campanya?

**Ex. nº1 RECORD:** omplir el següent exercici de manera individual i després posar en comú

- Què és el que **facilita el seu record**?
- Què es el que **dificulta el seu record**?

## 2. Comprensió, valoració i eficàcia de la campanya global en espontani (40')

- **Nivell de record i grau de comprensió** espontània de la campanya en global:

- **Què recordeu?** Com era la campanya?, Quin era el **fil argumental**?

Diverses **càpsules testimonials** protagonitzades per víctimes reals d'accidents de trànsit que interpel·len directament l'espectador

- Quin era el **missatge** principal?

"Sí, podem evitar-ho"

- Quin/s era/en els **objectius** perseguits?

Conscienciació envers la sinistralitat i els seus efectes a Catalunya

- **Qui és l'anunciant**?

Servei Català de Trànsit (SCT) + Generalitat de Catalunya

- **Valoració** espontània de la campanya en global:

- Què us cridava l'atenció?

- Agradava? No agradava?
- Punts forts i febles
- Arriba?
- Com la definiríeu? Quin era el seu tó?

Relat **real, espontani i sincer** amb la finalitat d'aconseguir més impacte i repercussió entre la ciutadania i perquè es compleixin els objectius de fer reflexionar i canviar actituds en la conducció.

- Com valoreu el to testimonial?
  - ✓ Nivell d'originalitat: és diferent, original?
  - ✓ Valoració: us agrada?
  - ✓ Nivel d'eficàcia: ho trobeu més eficaç?.

**Target associat** espontani de la campanya en global:

- A qui creieu que va adreçada? Gent de quina edat? Gent amb quins hàbits de conducció?
- És per a vosaltres? Motius
- Fins a quin punt creieu que està dirigida a (suggeriu)
  - ✓ Adolescents (14-18 anys)
  - ✓ Joves (18-30)
  - ✓ Edat mitjana (30-45 anys)
  - ✓ Grans (46-60 anys)

- **Eficàcia de la campanya** espontània de la campanya en global:

- Del que es veia / explicava **què és el més important per a vosaltres?**
- Us hi veien reflectits? Explica situacions realistes?

La càrrega **humana** de la campanya és elevada atès que persones que han patit les conseqüències d'un accident de trànsit han decidit explicar la seva dura experiència per intentar que altres persones no hagin de passar pel mateix

- **Us ha convençut?**, Us ha fet canviar el vostre comportament al cotxe / moto / com a vianants? En quin sentit? Com és això?
- Creieu que **és eficaç** per:

Fer reflexionar i canviar actituds en la conducció.

### 3. Comprensió, valoració i eficàcia de diferents element en suggerit (25')

Ensenyar una bateria de 2 o 3 spots (depenent de si abans s'ha hagut d'ensenyar una peça o no) i després valorar en conjunt:

- Grup joves (18-35 anys): [Jordi Casellas] + Xavier Romero + Mireia Sanz
- Grup grans (36-45 anys): [Albert Quiles] + Carmina Ferre + Josep Roca

- **Eslògan:** *“Sí, podem evitar-ho”*
- **Estil testimonial** vs. actors spot
- **Durada** 90 segons
- **Musica**
- Començament **collage fotos**
- **Imatges de accidents**
- **Nº de peces:** suficient, excessiu?
- **Anunciant:** **SCT + Generalitat de Catalunya**
- Valoració dels anuncis en **diferents mitjans:**
  - TV (música, locució)
  - Radio (música, locució)
  - Cinema
  - Internet: capacitat de viralitat de la campanya.

### 4. Millores i recomanacions (5')

- **Ex. nº2 VALORACIÓN:** omplir el següent exercici de manera individual i després posar en comú
- **Punts forts / febles**
- **Propostes de millora:**
  - **en general**
  - **en concret:**
    - ✓ **Canviaríeu / milloraríeu alguna cosa** per tal de que els **diferents targets** prenguin consciència de que **cal reflexionar i canviar actituds en la conducció**
    - ✓ Millores a nivell de **contingut**
    - ✓ Millores a nivell de **forma i to**
    - ✓ Millores en funció del **mitjà**