|  |
| --- |
| **□□□ 브랜드에 대한 소비자 조사** |

**■ 샘플수 :** 총 1,000명

**■ 조사 대상자 (예시) :**

1. 서울 거주  
2. 최근 1개월 이내 초코렛 구매 경험자

**■ Quota (예시)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **구분** | **20-29세** | **30-39세** | **40-49세** | **50-59세** | **합계** |
| 남 | 125 | 125 | 125 | 125 | 500 |
| 여 | 125 | 125 | 125 | 125 | 500 |
| 합계 | 250 | 250 | 250 | 250 | 1,000 |

|  |
| --- |
| 본 설문은 광고효과 평가를 위한 설문지 샘플입니다.  자사 광고 한 개와 경쟁사 광고 2개를 가정하고 작성하였습니다.  - 자사광고: A - 경쟁사광고: B, C  본 설문에 적용된 적용된 문항은 예시문항으로써, 그대로 사용하셔도 되며, 귀사의 제품/서비스에 맞게 적절히 수정하셔도 무방합니다. |

|  |
| --- |
| **조사 대상 선정 질문** |

SQ1. 귀하의 **성별**은 어떻게 되십니까? [1개 선택]  
  
1) 남자 2) 여자

SQ2. 귀하의 **연령**은 만으로 몇 세이십니까? [출생연도 입력]  
1) 만 20세 미만 2) 만20~24세 3) 만25~29세   
4) 만30~34세 5) 만35~39세 6) 만40~44세  
7) 만45~49세 8) 만50세 이상

[PROG : 2)~7)번 응답자만 진행]

SQ3. 그 외 선정 질문 (예: ○○○ 구매 경험, ○○○ 이용경험, 인구통계학적 조건 등)

|  |
| --- |
| **광고 노출빈도 측정** |

(광고 노출 순서는 랜덤 로테이션)

※ 다음 광고를 잘 보시고 다음 질문에 응답해 주십시오.

(광고 동영상 A 제시)

A1. 방금 보신 광고를 최근 한 달 동안 몇 번이나 보신 것 같으신 지 횟수를 적어주세요. 최근 한 달 사이에 본 적이 없다면 0으로 기재하시면 됩니다. [직접 입력]  
  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_회

[범위 : 0~999]

※ 이번에는 또 다른 광고를 보여드리겠습니다. 광고 동영상을 잘 보시고 다음 질문에 응답해 주십시오.

(광고 동영상 B 제시)

A2. 방금 보신 광고를 최근 한 달 동안 몇 번이나 보신 것 같으신 지 횟수를 적어주세요. 최근 한 달 사이에 본 적이 없다면 0으로 기재하시면 됩니다. [직접 입력]

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_회

[범위 : 0~999]

※ 마지막으로 세번째 광고를 보여드리겠습니다. 광고 동영상을 잘 보시고 다음 질문에 응답해 주십시오.

(광고 동영상 B 제시)

A3. 방금 보신 광고를 최근 한 달 동안 몇 번이나 보신 것 같으신 지 횟수를 적어주세요. 최근 한 달 사이에 본 적이 없다면 0으로 기재하시면 됩니다. [직접 입력]

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_회

[범위 : 0~999]

|  |
| --- |
| **광고 평가** |

※ 앞에서 보신 광고를 다시 한 번 보여드리겠습니다. 잘 보시고 다음 질문에 응답해 주십시오.

(광고 동영상 A 제시, A파트에서 노출된 순서와 동일한 순서로 노출)

B1-1. 방금 보신 광고에 대해서 다음 각 속성별로 얼마나 그렇다고 생각하시는 지 보기와 같이 평가해 주십시오. [행별 1개 선택]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **전혀 그렇지 않다** | **그렇지 않다** | **보통이다** | **그렇다** | **매우 그렇다** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|  |  |
| --- | --- |
| (1) 이 광고는 나의 관심을 끈다 | 1—2—3—4—5 |
| (2) 이 광고는 매우 시선을 끈다 | 1—2—3—4—5 |
| (3) 이 광고를 보는 동안 광고에 집중하게 되었다 | 1—2—3—4—5 |
| (4) 광고가 독특한 느낌을 전달한다 | 1—2—3—4—5 |
| (5) 광고가 새롭게 느껴진다 | 1—2—3—4—5 |
| (6) 다른 기업의 광고와 차별화된다는 느낌을 준다 | 1—2—3—4—5 |
| (7) 광고 내용을 쉽게 이해할 수 있다 | 1—2—3—4—5 |
| (8) 이 광고의 내용은 신뢰할만하다 | 1—2—3—4—5 |
| (9) 이 광고는 기억에 오래 남는다 | 1—2—3—4—5 |
| (10) 이 광고를 보고 난 후, 이 제품의 품질이 우수하다고 생각하게 되었다 | 1—2—3—4—5 |
| (11) 이 광고를 보고 난 후, 이 제품에 관심을 가지게 되었다 | 1—2—3—4—5 |
| (12) 이 광고를 보고 난 후, 이 제품을 구매하고 싶은 마음이 생겼다 | 1—2—3—4—5 |

[PROG : Step-by-step, 속성 Rotation]

B1-2. 방금 보신 광고에 대해, 지금까지 평가하신 항목들을 종합적으로 고려할 때, 전반적으로 얼마나 마음에 드시나요? [척도 1개 선택]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **전혀 마음에 들지 않는다** | **마음에 들지 않는다** | **보통이다** | **마음에 든다** | **매우 마음에 든다** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

※ 앞에서 보신 광고를 다시 한 번 보여드리겠습니다. 잘 보시고 다음 질문에 응답해 주십시오.

(광고 동영상 B 제시, A파트에서 노출된 순서와 동일한 순서로 노출)

B2-1. 방금 보신 광고에 대해서 다음 각 속성별로 얼마나 그렇다고 생각하시는 지 보기와 같이 평가해 주십시오. [행별 1개 선택]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **전혀 그렇지 않다** | **그렇지 않다** | **보통이다** | **그렇다** | **매우 그렇다** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|  |  |
| --- | --- |
| (1) 이 광고는 나의 관심을 끈다 | 1—2—3—4—5 |
| (2) 이 광고는 매우 시선을 끈다 | 1—2—3—4—5 |
| (3) 이 광고를 보는 동안 광고에 집중하게 되었다 | 1—2—3—4—5 |
| (4) 광고가 독특한 느낌을 전달한다 | 1—2—3—4—5 |
| (5) 광고가 새롭게 느껴진다 | 1—2—3—4—5 |
| (6) 다른 기업의 광고와 차별화된다는 느낌을 준다 | 1—2—3—4—5 |
| (7) 광고 내용을 쉽게 이해할 수 있다 | 1—2—3—4—5 |
| (8) 이 광고의 내용은 신뢰할만하다 | 1—2—3—4—5 |
| (9) 이 광고는 기억에 오래 남는다 | 1—2—3—4—5 |
| (10) 이 광고를 보고 난 후, 이 제품의 품질이 우수하다고 생각하게 되었다 | 1—2—3—4—5 |
| (11) 이 광고를 보고 난 후, 이 제품에 관심을 가지게 되었다 | 1—2—3—4—5 |
| (12) 이 광고를 보고 난 후, 이 제품을 구매하고 싶은 마음이 생겼다 | 1—2—3—4—5 |

[PROG : Step-by-step, 속성 Rotation]

B2-2. 방금 보신 광고에 대해, 지금까지 평가하신 항목들을 종합적으로 고려할 때, 전반적으로 얼마나 마음에 드시나요? [척도 1개 선택]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **전혀 마음에 들지 않는다** | **마음에 들지 않는다** | **보통이다** | **마음에 든다** | **매우 마음에 든다** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

※ 앞에서 보신 광고를 다시 한 번 보여드리겠습니다. 잘 보시고 다음 질문에 응답해 주십시오.

(광고 동영상 C 제시, A파트에서 노출된 순서와 동일한 순서로 노출)

B3-1. 방금 보신 광고에 대해서 다음 각 속성별로 얼마나 그렇다고 생각하시는 지 보기와 같이 평가해 주십시오. [행별 1개 선택]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **전혀 그렇지 않다** | **그렇지 않다** | **보통이다** | **그렇다** | **매우 그렇다** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|  |  |
| --- | --- |
| (1) 이 광고는 나의 관심을 끈다 | 1—2—3—4—5 |
| (2) 이 광고는 매우 시선을 끈다 | 1—2—3—4—5 |
| (3) 이 광고를 보는 동안 광고에 집중하게 되었다 | 1—2—3—4—5 |
| (4) 광고가 독특한 느낌을 전달한다 | 1—2—3—4—5 |
| (5) 광고가 새롭게 느껴진다 | 1—2—3—4—5 |
| (6) 다른 기업의 광고와 차별화된다는 느낌을 준다 | 1—2—3—4—5 |
| (7) 광고 내용을 쉽게 이해할 수 있다 | 1—2—3—4—5 |
| (8) 이 광고의 내용은 신뢰할만하다 | 1—2—3—4—5 |
| (9) 이 광고는 기억에 오래 남는다 | 1—2—3—4—5 |
| (10) 이 광고를 보고 난 후, 이 제품의 품질이 우수하다고 생각하게 되었다 | 1—2—3—4—5 |
| (11) 이 광고를 보고 난 후, 이 제품에 관심을 가지게 되었다 | 1—2—3—4—5 |
| (12) 이 광고를 보고 난 후, 이 제품을 구매하고 싶은 마음이 생겼다 | 1—2—3—4—5 |

[PROG : Step-by-step, 속성 Rotation]

B3-2. 방금 보신 광고에 대해, 지금까지 평가하신 항목들을 종합적으로 고려할 때, 전반적으로 얼마나 마음에 드시나요? [척도 1개 선택]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **전혀 마음에 들지 않는다** | **마음에 들지 않는다** | **보통이다** | **마음에 든다** | **매우 마음에 든다** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

B4. 지금까지 보신 세 편의 광고 중 가장 마음에 드는 광고는 무엇이었습니까? [1개 선택]

1) A 광고  
2) B 광고  
3) C 광고

(광고를 다시 보여주는 것은 응답자에게 부담될 수 있으므로, 각 광고의 스크린샷을 따로 준비하는 것을 권장)

B5. 그 광고가 가장 마음에 드는 이유는 무엇 때문이었나요? [직접 입력]

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **배경질문** |

DQ1 귀하의 **직업**을 선택해 주세요. [1개 선택]  
  
1) 사무직(공무원, 교사, 강사 포함)  
2) 전문직(의사, 변호사, 교수 등)  
3) 판매/영업/서비스/기술직  
4) 자영업  
5) 전업주부  
6) 대학생/대학원생  
7) 프리랜서  
8) 무직  
9) 기타( )

DQ2. 귀댁의 **월 평균 가구 소득**은 총 어느 정도입니까? (임대, 이자소득 포함/ 가족구성원의 소득 모두 포함) [1개 선택]  
  
1) 300만원 미만 2) 300~400만원 미만 3) 400~500만원 미만  
4) 500~600만원 미만 5) 600~700만원 미만 6) 700~800만원 미만  
7) 800~900만원 미만 8) 900~1,000만원 미만 9) 1,000만원 이상

DQ3. 귀하께서는 **결혼**을 하셨습니까? [1개 선택]  
  
1) 네 (기혼) 2) 아니오 (미혼)

DQ4. 귀하께서 현재 **거주하고 계신 지역**은 어디인가요? [1개 선택]  
  
1) 서울 2) 부산 3) 대구 4) 인천  
5) 대전 6) 광주 7) 울산 8) 경기   
9) 경남 10) 경북 11) 전남 12) 전북  
13) 충남 14) 충북 15) 강원 16) 제주  
17) 세종

***◈ 긴 시간 동안 설문에 참여해 주셔서 감사합니다 ◈***