

# The Power of Creative



## Methode

**600 unieke campagnes** zijn onderzocht. Door bestedingsdata en campagne-effect onderzoek te combineren kwamen de minst en meest effectieve campagnes naar voren.

**80 kenmerken** op het gebied van creatie zijn vastgesteld. Deze gaan onder andere over het logo, brand assets, de tekst, inhoud, product, boodschap en meer.

**Generatieve AI, tekst -en gezichtsanalyse** is gebruikt om een Machine Learning Model te voeden om creatie inzichten te verkrijgen. Deze inzichten zijn vervolgens gebruikt om de nieuwe Golden Rules voor OOH vast te stellen.

## Uitkomsten

**1** Hoe meer brand assets, hoe beter.

**2** Hoe meer personen op een uiting hoe lager de reclameherkenning.

**3** Personen in een creatie zorgen voor meer sympathie, maar trekken aandacht weg van het merk en de boodschap.

## Golden Rules 2.0

- Logo boven
- 15-20% logo grootte
- 7 woorden of minder
- 3 elementen max
- Groot hoofdelement
- Kleurcontrast
- Gebruik de ruimte