

Verifica psicologica-pubblicitaria

Criteria di valutazione	A	B	C	D	E	F
Attenzione						
Attivazione generale, coinvolgimento						
Prima impressione subconscia e valutazione						
Elaborazione cognitiva, comprensibilità						
Informazioni trasmesse						
Sentimenti trasmessi						
Motivi trasmessi						
Posizionamento secondo gli attributi						
Stimolazione specifica all'acquisto						
Totale						