

Sociograph medirá en directo las sensaciones que generen los proyectos de Conecta FICTION

14 junio 2018 / 0 comentarios

La **consultora especializada en marketing science** acude de nuevo al **evento internacional de coproducción y networking que comienza el próximo lunes en Santiago**, donde medirá los niveles de atención y emoción que los proyectos del Pitch Copro Series y Branded Content despiertan en la audiencia.



Elena Martín, directora de Sociograph

Sociograph, consultora especializada en marketing science, participa de nuevo en **Conecta FICTION**, para **mostrar** las bondades de la aplicación de la neurociencia en el sector audiovisual. Con experiencia en la medición de piezas audiovisuales y cinematográficas, la compañía participará en con experiencia en la medición de piezas audiovisuales y cinematográficas

Pionera en el análisis y cuantificación de los contenidos con una tecnología 100% de desarrollo y patente propia, **testará el martes 19 de junio**, los **proyectos seleccionados para los Pitchings Co-Pro Series** y **el concurso de branded content** que patrocina Estrella de Galicia, que tiene como bjetivo el desarrollo de una pieza audiovisual.

Para realizar **los test** colocará a los participantes que quieran colaborar, un **brazalete de control** que medirá la respuesta del grupo ante los proyectos expuestos de los Pitchings Co-Pro Series. En el Panel de Branded Content, ofrecerá los resultados de los test que realizará en directo ese mismo día.

Sociograph – con sede en Valladolid, Palencia y Ciudad de México- está especializada en **cuantificar la efectividad de la comunicación** con un modelo neurocientífico propio y una tecnología exclusiva y pionera capaz de medir de forma grupal el impacto del contenido a través de la respuesta fisiológica de la piel.

La compañía de origen palentino, cuenta con una amplia experiencia en la **medición de piezas audiovisuales y cinematográficas**, siendo **Mediaset uno de sus clientes**. Está especializada en neurociencia, investigación y consultoría, trabajando en campos como branding, ideas, productos, servicios y análisis de comportamiento, entre otros, con el objetivo de maximizar la rentabilidad de la comunicación.