

sociogramma

Institut für Markt- und Motivforschung

RESONANZ- UND ERFOLGSKONTROLLEN
auf allen Stufen der Produktvermarktung



Erkenntnis zwischen den Zahlen



socioimage

socioexplorer

sociokonzept

sociorecall

socioeye

socioweb

socioprodukt

socioevent

■ DAS PROBLEM

Der Erfolg einer Marketing- oder Produktkampagne hängt maßgeblich von einer unbekanntem Variable ab: dem Image von Marken oder Produkten. Es spielt keine Rolle, wie gut ein Konsument ein Produkt kennt – er hat immer eine konkrete innere Vorstellung davon. Selbst wenn ein Mensch noch nie eine bestimmte Automarke gefahren ist, glaubt er dennoch zu wissen, was diese Automarke von anderen unterscheidet. Medienforscher sprechen allerdings von schwer ermittelbaren „Projektionen innerer emotionaler Zustände“. Das Image zu rekonstruieren ist deshalb eine echte Herausforderung für die Marktforschung - Fehleinschätzung können hohe Risiken und Kosten zur Folge haben.

■ DIE LÖSUNG

In Kombination mit psychologischen Tiefeninterviews und Expertengesprächen entwickeln und faktorisieren wir spezifische Itempools (bzw. Eigenschaften). Wir bestimmen mittels mathematischer Verfahren genauestens das jeweilige Marken- oder Produktimage. Zusätzlich decken wir innere Bilder und Projektionen gezielt durch die Anwendung bewährter psychologischer Methoden auf.

■ IHR VORTEIL

In anschaulichen und verständlichen Grafiken und Tabellen sehen Sie das aktuelle Image in klaren Marktpositionierungen. Sie wissen wo Ihre Marke oder Produkt im Vergleich zu anderen stehen, Sie erfahren in welchen Punkten Sie Anderen ähneln oder sich besonders unterscheiden. Durch die Ergebnisse gewinnen Sie einen Wissensvorsprung gegenüber Ihrer Konkurrenz und können schneller Ihre Produkt- und Marketingstrategie durchsetzen.

■ DAS PROBLEM

Wenn man wenig weiß, aber viel Geld riskiert – dann ist Grundlagenforschung unersetzbar. Falsche Antworten auf Fragen wie „Findet meine neue Produktidee einen profitablen Markt?“ oder „Warum setzt sich mein Produkt trotz positiver Erwartungen schlecht ab?“ können einem sehr teuer zu stehen kommen. Die relevanten Informationen der Zielgruppe wie z.B. unbewusste Einstellung, Projektionen oder Meinungsbildung sind in standardisierten Marktforschungsstudien nur schwer zu erfassen. Dabei würde gerade dieses Wissen nützen, um neue Märkte zu erschließen oder fehlgeleitete Strategien zu korrigieren.

■ DIE LÖSUNG

Das Institut für Markt- und Motivforschung ist seit 45 Jahre Experte auf dem Gebiet der qualitativ psychologischen Motivforschung und hat dazu bewährte Verfahren entwickelt. Neben dem Einsatz von psychologischen Tiefeninterviews organisieren wir Focusgruppen, die in neutralen und angenehmen Räumlichkeiten mit Einwegspiegel stattfinden. Mit Fingerspitzengefühl nutzen wir standardisierte Auswertungsmethoden und fokussieren mittels psychologischer Messverfahren auf nonverbale Kommunikation und Gruppendynamik. Die Ergebnisse sichern wir mittels quantitativer Datenerhebung zusätzlich ab.

■ IHR VORTEIL

Mit unserer Hilfe schließen Sie die Wissenslücke zu Ihrer Zielgruppe. In einem anschaulichen und übersichtlichen Berichtsband inklusive Management Summary erhalten Sie profunde Antworten auf Ihre jeweilige Fragestellung. Unsere Expertise in den rasch und kostengünstig durchgeführten explorativen Studien unterstützt Sie, schnell und flexibel auf die Anforderungen des Marktes zu reagieren.

■ DAS PROBLEM

Mit der Entscheidung für ein Konzept wird eine der grundlegendsten Weichenstellungen in der Produktentwicklung getroffen. Ist einmal der Weg eingeschlagen, kann eine Kampagne später nur schwer zurückgenommen werden. Beispiele für Fehleinschätzungen, in denen auf Expertenwissen über Akzeptanz und psychologische Wahrnehmung von Konzepten verzichtet wurde, gibt es in der Marktwirtschaft viele. Dann müssen hohe Einbußen im Produktabsatz oder gar Imageverluste für das gesamte Unternehmen in Kauf genommen werden.

■ DIE LÖSUNG

Um zu einer umfassenden Kampagnenabsicherung zu kommen, bietet Sociogramma spezielle Verfahren für Studiotests. In Kombination mit psychologischen Fragestellungen wenden wir spezifische, statistische Verfahren an, um die Besonderheiten und Unterschiede von alternativen Konzepten eindeutig zu bestimmen. Zudem definieren wir mittels computergestützter Blickaufzeichnung (Eyetracking) und/oder Computer-Tachistoskop die Erfolgswahrscheinlichkeit und Kommunikationsleistung von Konzepten und einzelnen visuellen Elementen.

■ IHR VORTEIL

Unsere Ergebnisse zeigen, mit welchen Konzeptionen und Strategien Sie am besten fahren. Wir geben Ihnen beispielsweise detailliert Auskunft darüber, welche Elemente die Kernbotschaft am besten kommunizieren oder welche Nutzungsversprechen die Konzepte bewirken. Mit unserem anschaulichen Berichtsband inklusive Management Summary gewinnen Sie eine sichere Entscheidungsgrundlage für Ihre Kampagnenplanung.

■ DAS PROBLEM

Trotz eingehender Konzept- und Pretests ist der Erfolg von Werbekampagnen im Markt noch lange nicht gesichert. Besonders deshalb, weil die Konsumenten heute Werbung anders wahrnehmen als früher. Sie sind einer Reizüberflutung an Informationen ausgesetzt und insgesamt weniger loyal zu Marken und Produkten. Mediennutzung, Image-Wahrnehmung oder Einschätzung von Nutzungsversprechen sind deshalb weniger berechenbar geworden. Eine rasche und effektive Recallmessung ist unabdingbar, um flexibel und kostensparend auf die Erfordernisse des Marktes reagieren zu können.

■ DIE LÖSUNG

Um zu einer umfassenden und schnellen Kampagnenabsicherung zu kommen, setzt Sociogramma auf das bewährte Instrument der *Resonanz- und Erfolgskontrolle*. Mit computergestützter Blickaufzeichnung und qualitativen Tiefeninterviews messen wir unmittelbar die Wirkung von Anzeigenkampagnen nach Einsatz/Schaltung der Werbung, und zwar in mehreren Erhebungswellen im Abstand von 3-4 Monaten. Wir legen das induzierte Marken- und Produktimage frei und bestimmen detailliert die ausgelösten Emotionen beim Konsumenten. Dies alles betten wir in eine umfassende Wettbewerbsanalyse ein.

■ IHR VORTEIL

Sie haben gleich nach Start der Kampagne konkrete Ergebnisse in der Hand, wie erfolgreich Ihre Werbung wirklich ist. Sie erfahren, welche werbeinduzierten Shifts im Image von Marke und Produkt zum Tragen kommen. Sie erkennen, welche Kommunikationsleistung die Kampagne langfristig hat und wann sie sich abnutzt (Wearout-Effekt-Messung). Als besonderen Bonus erhalten diese Ergebnisse in Form von Wettbewerbspositionierungen in anschaulichen und detaillierten Grafiken.

■ DAS PROBLEM

Die von den meisten Marktforschungsinstituten angewandte Recallbefragungen weisen eine riskante Schwachstelle auf. Sie stützen sich in Ihren Daten einzig auf die Gedächtnisleistung der Probanden. Gedächtnislücken, subjektive Voreingenommenheit und sprachliche Barrieren verzerren dabei die Ergebnisse in nicht verantwortbarem Ausmaß. Derart unsichere Aussagen zur Kommunikationsleistung eines Mediums (z.B. bei Titelseiten, Printwerbung, TV-Spots, Internetseiten) sollten nicht die einzige Grundlage für Marketing- und Kampagnenentscheidungen sein.

■ DIE LÖSUNG

Sociogramma bietet als eines von wenigen Instituten in Europa die moderne Technologie der computergestützten Blickaufzeichnung (Eyetracking). Mit einer unauffälligen Kamera messen wir direkt, was die Probanden beim Betrachten eines Mediums sehen. Jede noch so kleine Veränderung des Auges registrieren wir, wie zum Beispiel die Vergrößerung des Pupillendurchmessers. Wir binden Eyetracking in qualitative Tiefeninterviews ein, um zusätzlich alle psychologischen Facetten der Kommunikationsleistung eines Mediums zu erhalten.

■ IHR VORTEIL

Sie wissen objektiv, wo andere nur deuten können. Kontaktwahrscheinlichkeit, durchschnittlicher Blickverlauf, Rangplätze von Bild- und Textelementen, Betrachtungsdauer von einzelnen Elementen und andere Daten geben Ihnen detailliert Auskunft über den Erfolg Ihrer Kampagne. Durch die Kombination mit qualitativen Daten erfahren Sie vollständig und differenziert, wie hoch die Kommunikationsleistung Ihres Mediums tatsächlich ist.

■ DAS PROBLEM

Das Internetportal ist das modernste und vielerorts wichtigste Fenster zum Kunden. Doch kaum ein Medium birgt so viele Unsicherheiten bezüglich Rezeption und Nutzung wie das Internet. Entwickler lassen dabei noch immer den Kunden völlig außer Acht. Dieser erlebt das Internet vielfach als eine Welt unübersichtlicher Informationen. Die Schwelle zum Kontaktabbruch ist in Sekunden erreicht. Negative Erfahrungen mit einer Internetseite wirken sich auf das gesamte Marken- und Produktimage aus. Und negative Erfahrungen verbreiten sich 75mal schneller als positive.

■ DIE LÖSUNG

Sociogramma bietet mehr als konventionelle Nutzungsbefragung. Durch die punktgenaue computergestützte Blickaufzeichnung decken wir objektiv die Stärken und Schwächen Ihrer Site auf. Wir messen die Wahrnehmung von Logo, Navigationselementen und Inhalten unter anderem in Kontaktwahrscheinlichkeit, Rangfolge, Dauer. Durch den Einsatz bewährter Test-Instrumente (z.B. konkrete Aufgabenstellung) bestimmen wir das Verhältnis von Ist und Soll im Nutzungsversprechen. Dies wird eingebettet in qualitative Tiefeninterviews, um die induzierten emotionalen Effekte beim User zu erfassen.

■ IHR VORTEIL

Durch die einzigartige Kombination von Eyetracking und qualitativen Methoden erfahren sie objektiv und tief, wie erfolgreich Ihre Website wirklich ist. Zugleich wissen Sie, wie die konkreten Nutzungserwartungen Ihrer Zielgruppe sind und welche Emotionen und Bedürfnisse diese mit Ihrer Site verbinden. Dies gibt Ihnen konkrete Ansatzpunkte und Lösungen an die Hand, wie Sie die Website für eine optimale Kundenbindung verbessern können.

■ DAS PROBLEM

Gleichgültig, wie optimal ein Produkt auf dem Reißbrett aussieht – in der tatsächlichen Anwendung durch den Endkonsumenten kann es zu bösen Überraschungen kommen. Unsicherheitsfaktor ist und bleibt die Frage, wie gut das Produkt tatsächlich im Erlebnisumfeld der Konsumenten aufgenommen wird. Marktforscher sprechen unter anderem von „psychologischen Nutzungsversprechen“ eines Produktes, das sämtliche tatsächlichen Produktvorteile ausblenden kann. Wissenslücken in diesen Fragen sind riskant und können hohe Kosten nach sich ziehen.

■ DIE LÖSUNG

Um zu einer umfassenden Absicherung in der Produktentwicklung zu kommen, bietet Sociogramma die Kombination von quantitativen Erhebungsmethoden und psychologischen Verfahren. Damit legen wir Erlebnisumfeld und Nutzungsversprechen eines Produktes umfassend frei. Abgestützt mit sorgfältig entwickelten und faktorisierten Items zeigen wir so ganz konkret die Chancen und Barrieren in der Produktvermarktung auf.

■ IHR VORTEIL

Der Härte-test unseres Produkt- und Nutzungstests sichert Ihre Produktvermarktung in profunder Weise ab. In einem anschaulichen und übersichtlichen Berichtsband erhalten Sie ein umfassendes und differenziertes Nutzungsprofil. Mit diesem effizienten Instrument können Sie zum Beispiel rechtzeitig erkennen, ob alle Dimensionen des Produkts bzw. der Produktvermarktung auch im intendierten Sinne arbeiten und gegebenenfalls rechtzeitig gezielte Anpassungen an die Marktverhältnisse einleiten.

■ DAS PROBLEM

Event-Marketing und Messen bieten besonders effektive und direkte Möglichkeiten der Kundenbindung. Trotz des direkten Drahtes zum Kunden bleibt aber den Veranstaltern die tatsächliche Wahrnehmung der Kunden verborgen. Sie teilen nicht mit, wie sie Ihren Auftritt empfinden, ob der Messestand die Erwartungen erfüllt, welche Nutzungsversprechen sie daraus ableiten und wie weit Sie sich mit Ihrem Unternehmen identifizieren. So bleibt der Erfolg oder Misserfolg Ihres Events eine im Grunde unbekannte Konstante. Es bleibt vage, wie gut sich die Kunden tatsächlich an Sie binden.

■ DIE LÖSUNG

Wir setzen unsere Experten unmittelbar an den Ort des Geschehens. Unsere Besonderheit: Wir kombinieren Mystery-Messungen mit Resonanzbefragungen; getarnt als Kunden überprüfen wir Ihre Service-Leistungen. Dann befragen wir Ihre Kunden nach Firmenkontakt zu Image, Nutzungsversprechen, Service und Benefit. Die Persuasionsleistung Ihres Events messen wir mit Vor- und Nachbefragungen von Messebesuchern. Als Zusatzfeature bieten wir eine Nachhaltigkeitsmessung von erfolgreichen Kundenaktionen an.

■ IHR VORTEIL

Mit unseren kompakten Messinstrumenten erhalten ein wirklich profundes Bild über den Erfolg Ihres Auftritts. Wir geben Ihnen detailliert Auskunft über alle Dimensionen – vom Service bis hin zur Nachhaltigkeit – und decken konkrete Potentiale auf, wie sie die Kundenbindung durch Event-Aktivitäten auf Dauer optimieren.