

SKOPOS
Medien



Wer wir sind

Das SKOPOS Team Medien steht Ihnen bei Ihren Fragestellungen als kompetenter Partner zur Seite. Sie erhalten von uns keine Standardlösung: Jedes Projekt und jede Fragestellung wird vor Projektbeginn idealerweise persönlich vor Ort besprochen und konkretisiert. Mit Ihnen gemeinsam erarbeiten wir ein lösungsorientiertes Projektdesign, welches auf Ihre individuelle Situation zugeschnitten ist. Sie werden ausführlich beraten, bis ein zur Zielerreichung geeignetes Studiendesign festgelegt wird.

Was wir leisten

Das SKOPOS Team Medien nutzt sein Branchen-Know-How, um Sie adäquat und individuell zu betreuen – auf einer partnerschaftlichen Ebene. Aufgrund unserer Flexibilität können wir im gesamten Forschungs- und Beratungsprozess schnell auf Ihre Anliegen reagieren. Bestehende Kunden wissen das zu schätzen.

Was bieten wir Ihnen?

Wir finden den passenden Lösungsansatz zu Ihrer Fragestellung, indem wir aus einem umfangreichen Methodenpool schöpfen:

- Image-Analysen
- Werbetrackings, Werbeerfolgsanalysen
- Anzeigentests
- Konzept- und Produkttests
- Leserbefragungen
- Zielgruppenforschung
- Qualitative Forschung
- Reichweitenforschung
- Redaktionelle Arbeit
- Kundenzufriedenheit
- Publikumstests

und viele weitere Methoden.

Mittels dieser und anderer Methoden liefern wir Ihnen maßgeschneiderte Lösungen und umsetzbare Handlungsempfehlungen.

Wir tun noch etwas mehr für Sie!

Für uns ist die Beratung auf Basis der Ergebnisse selbstverständlich. Wir lassen Sie mit den Ergebnissen nicht alleine!

Wir bringen das nötige Branchen-Know-How mit und liefern Ihnen nicht nur blanke Daten oder Chartberichte, sondern erarbeiten darüber hinaus handlungsorientierte und umsetzbare Empfehlungen. Dabei greifen wir Ihnen bei der Implementierung von Maßnahmen tatkräftig unter die Arme.

Wenn Sie möchten, begleiten wir Sie bei der Umsetzung von Maßnahmen, geben Schulungen und halten Workshops und Vorträge.

Sprechen Sie uns an! Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Wir beraten Sie in allen Prozessphasen

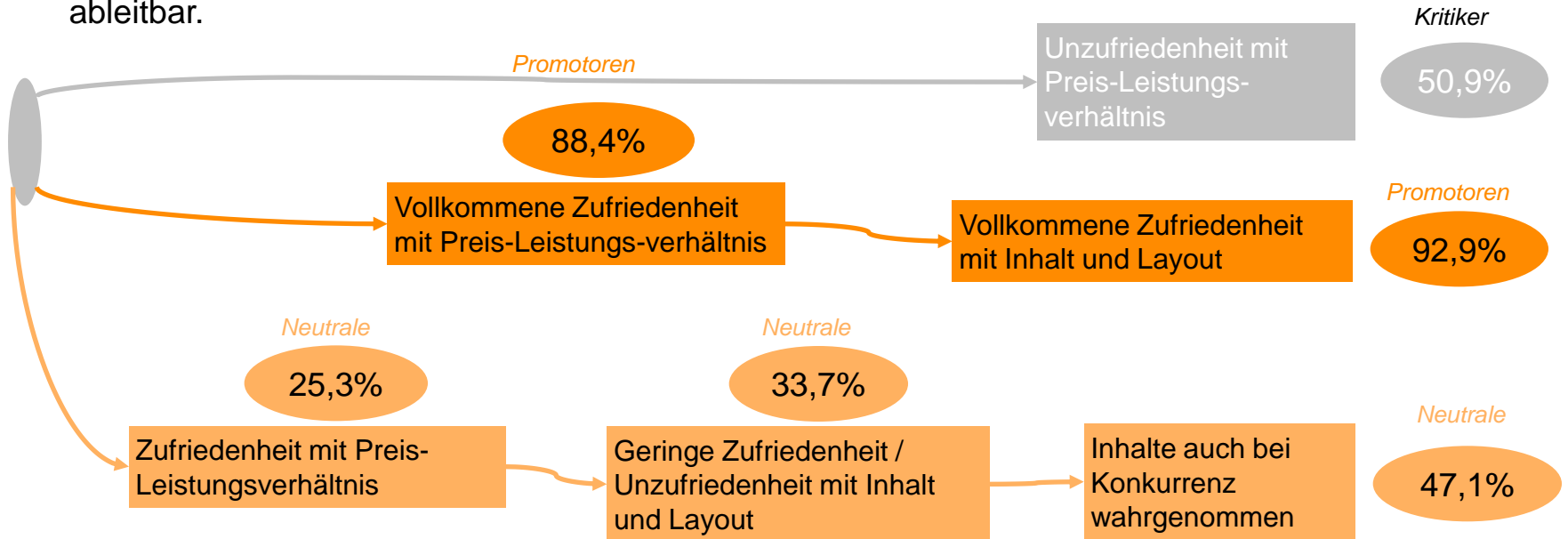
- Genaue Definition der Untersuchungsziele
- Erarbeitung und Operationalisierung zentraler Fragestellungen
- Auswahl geeigneter Untersuchungsmethoden
- Konzeption und Planung eines adäquaten Studiendesigns
- Entwicklung und Ausarbeitung neuer oder der Anpassung bestehender Erhebungsinstrumente
- Vorbereitung, Organisation, Durchführung und Kontrolle der Feldarbeiten
- Auswertung, Analyse und Interpretation der Ergebnisse
- Ableitung von konkret umsetzbaren Handlungsempfehlungen
- Präsentation der Untersuchungsergebnisse vor einem marktforschungserfahrenen oder -unerfahrenen Publikum
- Erstellung eines Maßnahmenkatalogs und Begleitung von weiteren Maßnahmen (z.B. mithilfe von Schulungen, Workshops, Vorträgen)

Dabei fließen sowohl unsere langjährige Erfahrung in der Marktforschung als auch unsere Expertise in der Medienbranche begünstigend ein.

Qualitative TV-Forschung:	Formattests, u.a. „SK Kölsch“ (SAT.1/Phoenix), „Himmel & Erde“ (ARD), „Herzschmerz“ (ARD)
Websiteforschung:	Usability-Test (WDR), Websitetracking (MDR)
Trailer-, Titel- & Moderatorentest:	Funktion & Wirkung von Formattrailern (u.a. SAT.1)
Kundenzufriedenheit:	QVC, RTL-Shop, HSE
Reichweitenforschung:	Tagebuchstudien (z.B. Premiere)
Redaktionelle Arbeit:	Eichungsverfahren (RTL, M6), Themenfindung (Stormy/eyeworks), Quizfragen (z.B. „Bube, Dame, Hörig“)
Erfolgskontrolle:	Erfolg der Stellenanzeigen und Zufriedenheit von Stellenmarktkunden (Süddeutsche Zeitung)
Zielgruppenforschung:	Zielgruppensegmentierung (mobile.de)

Identifikation von Treibern für die Weiterempfehlungsabsicht der Zeitschrift

- CHAID-Analysen ermöglichen Vorhersagen über die Wahrscheinlichkeit, mit der z.B. ein Kunde eine Zeitschrift weiterempfiehlt, wenn bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind.
- Praxisrelevante Empfehlungen für die positive Beeinflussung der Weiterempfehlungsrate sind somit ableitbar.



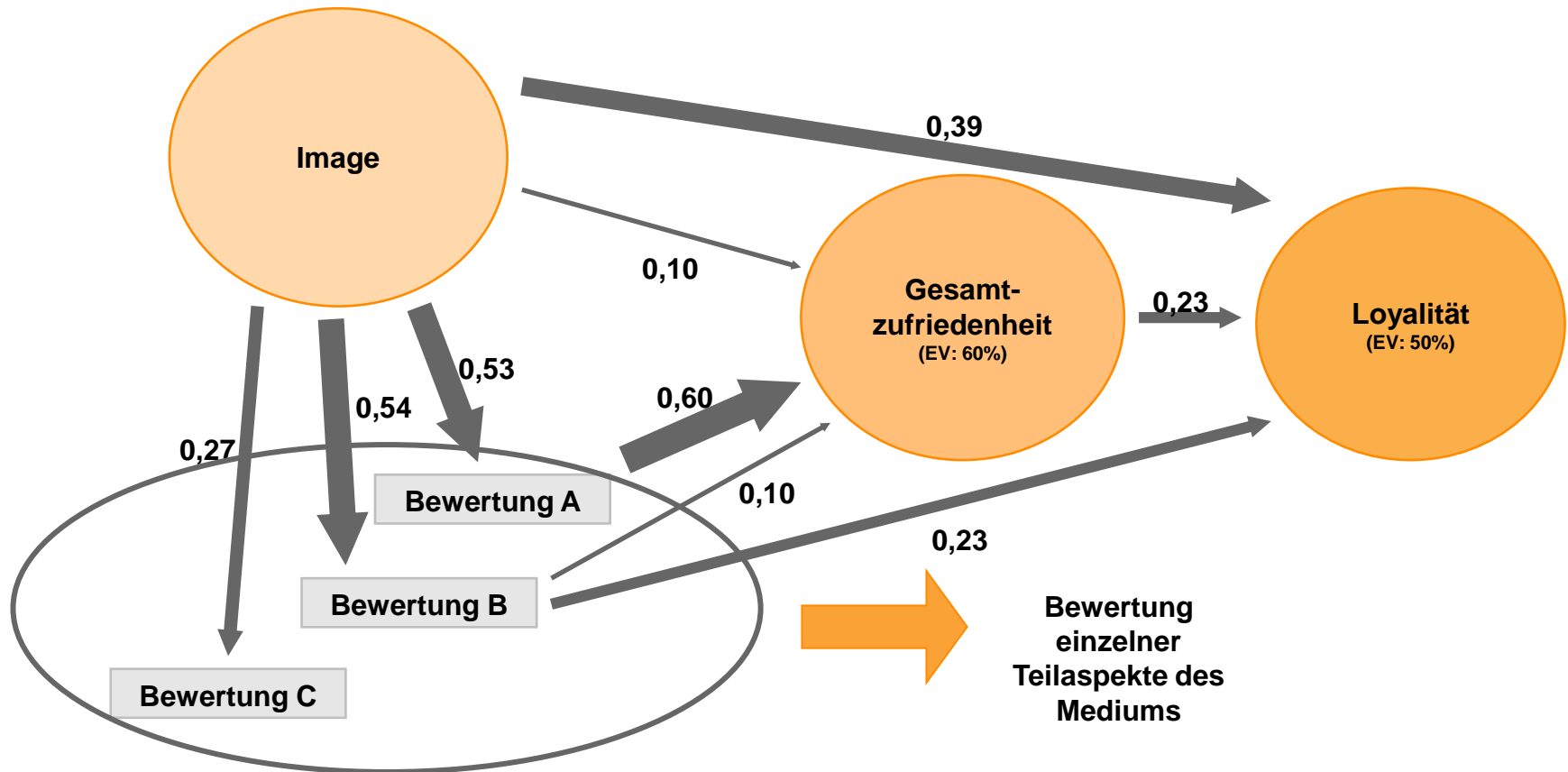
Lesebeispiel:

Von den Befragten, die vollkommen zufrieden mit dem Preis-Leistungsverhältnis sind, fallen 88,4% in die Gruppe der Promotoren (werden bestimmt oder wahrscheinlich weiterempfehlen). Befragte, die zusätzlich auch noch vollkommen zufrieden mit Inhalt und Layout sind, sind zu 92,9% in der Gruppe der Promotoren vertreten.

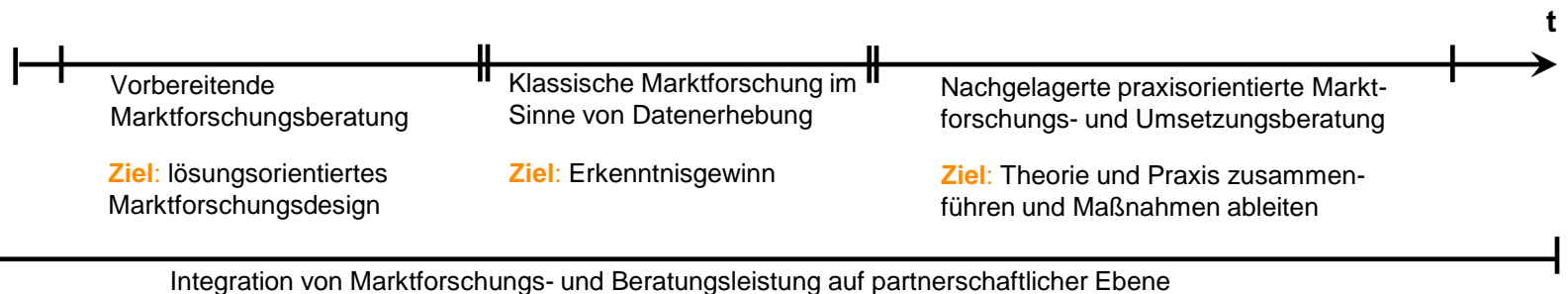
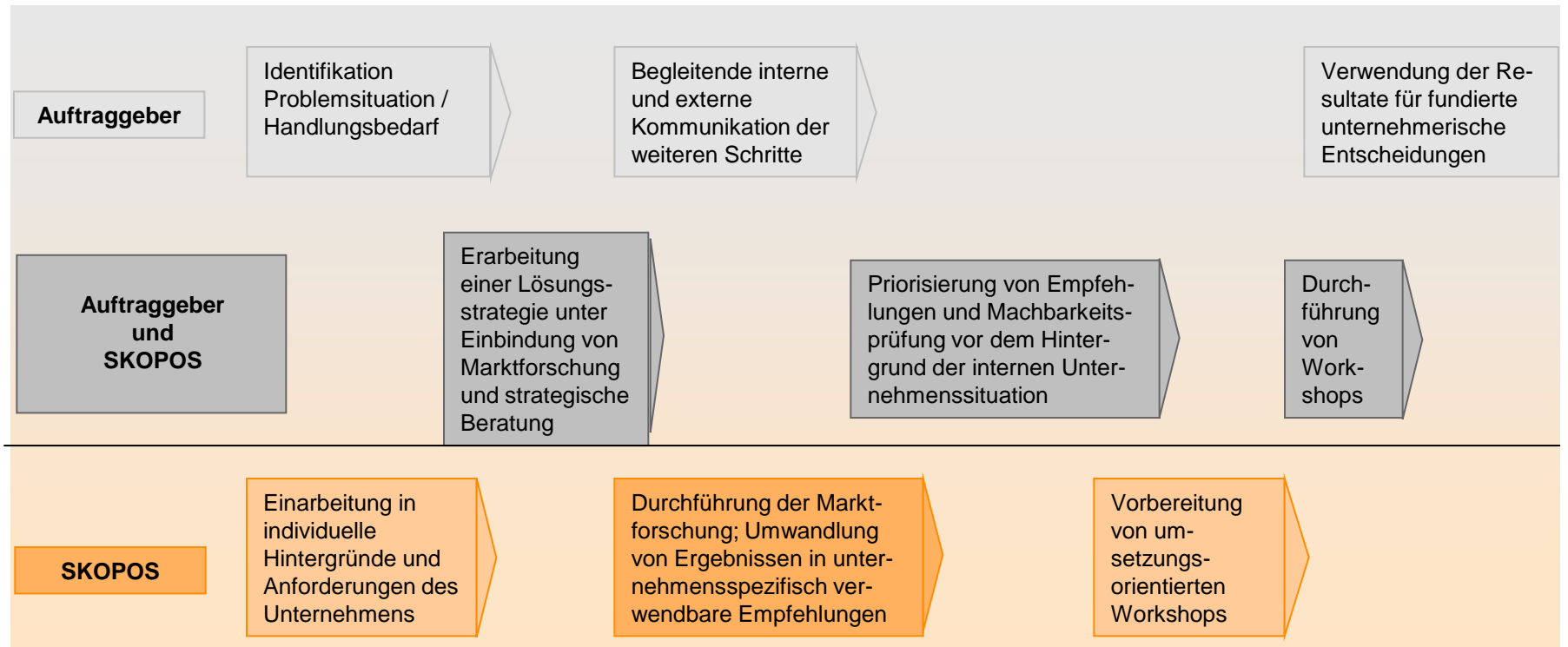
➔ Damit Kunden zu Promotoren werden, ist – eine hohe Globalzufriedenheit vorausgesetzt – anzustreben, dass der Kunde sowohl hinsichtlich des Preis-Leistungsverhältnisses, aber zusätzlich auch hinsichtlich Inhalt und Layout höchstmögliche Zufriedenheit empfindet.

Quantifizierung der Bedeutung einzelner Aspekte für die Gesamtzufriedenheit und Loyalität

- Pfadanalysen betten die Zufriedenheitsmessung im Rahmen von Kausalstrukturen in einen größeren Zusammenhang mit Loyalität und weiteren strategischen Zielgrößen ein



Ganzheitlicher Marktforschungsprozess



SKOPOS

Institut für Markt- und
Kommunikationsforschung GmbH & Co. KG
Hans- Böckler- Straße 163
50354 Hürth
Phone: +49 (0) 2233 9988-880
Fax: +49 (0) 2233 9988-111
mail@skopos.de
www.skopos.de



Follow us on

