

Kommunikationsforschung

**> Test klassischer
und neuer Medien**

Kommunikationsforschung

> Test klassischer und neuer Medien

Unterstützung in allen Phasen, in allen Medien

Im Entwicklungszyklus von Werbung und Medien ergeben sich unterschiedlichste Anforderungen und Weichenstellungen. Wir kombinieren etablierte und innovative Marktforschungsmethoden zu maßgeschneiderten Untersuchungskonzepten, die Ihnen dabei helfen, Ihre Werbemedien in jeder Phase erfolgreich weiter zu entwickeln.

Für Print, Web, TV und Radio: wie Ihre Kommunikation wirkt

In mehr als 15 Jahren Forschungserfahrung haben wir Testinstrumente für alle relevanten Kommunikationskanäle entwickelt, die sich durch drei Merkmale auszeichnen: wissenschaftlich fundiert, forschungsökonomisch umsetzbar (z. B. online), verständlich und nachvollziehbar bis zum handlungsleitenden Reporting für die Entscheider.

Immer im Focus: Ihr Kunde

In unseren Werbewirkungsstudien und Medienanalysen ist Ihr Kunde der entscheidende Inputgeber. Dabei folgen wir einem rezeptionsorientierten Ansatz, der den Kontakt des Kunden mit den Medien realitätsgetreu simuliert und Wirkmechanismen empirisch analysiert.

» Wussten Sie,

dass die durchschnittliche Betrachtungszeit bei Werbeanzeigen, Bannern oder Websites bei nur wenigen Sekunden liegt? Es kommt auf eine gute Gestaltung und die richtigen Bilder an.

Unsere Forschungsprojekte mit der UNI MÜNSTER zeigen: Bei Websites sind ästhetische Aspekte für den Ersteindruck des Users besonders wichtig. Wenn man die Website als Teil der Unternehmenswerbung versteht, ist Usability und Content nicht alles! «

Anzeigen-Test

Um die optimale Wirkung Ihrer Anzeige zu ermitteln, analysieren wir sowohl die kognitiven als auch die emotionalen Reaktionen des Kunden – im Vergleich unterschiedlicher Agenturenwürfe oder im realen Wettbewerbsumfeld.

Broschüren-Test

Bei Print-Unterlagen wie Broschüren, Prospekten, Katalogen oder Kundenmagazinen untersuchen wir, ob die redaktionelle Aufarbeitung der weiterführenden Informationen zu Ihren Produkten passt und die Gestaltung adäquat bei Ihren Kunden ankommt.

Test von TV- und Radio-Spots

Mit speziell auf audiovisuelle Medien abgestimmten Skalen liefern unsere Testkonzepte die Entscheidungsgrundlage für die Beurteilung von TV- und Radiospots – und das im Rahmen eines kostengünstigen Online-Tests.



Website-Test

Ob als Usability-Test im Labor, bei dem der User die Gebrauchstauglichkeit Ihrer Website testen oder als quantitativer Online-Check: Wir zeigen dem Entwicklungsteam in Ihrem Unternehmen mögliche Fallstricke bei der Bedienung der Website auf und messen die Performance auf den drei wichtigsten Web-Dimensionen: Content, Usability und Design.



Implizite Methoden

Wir kombinieren klassische Verfahren der Fragebogen-Marktforschung mit impliziten Methoden wie der Assoziativen Reaktionszeitmessung oder dem Eye-Tracking, um neben den kognitiven Kundenreaktionen auch das spontane „Bauchgefühl“ sichtbar zu machen.



Elb 21 | 40721 Hilden | Deutschland | T+49 2103 25819 - 0
www.nordlight-research.com | info@nordlight-research.com