

CommCheck

Werbetest auf den Punkt gebracht

effizient – kurz – mit psychografischer Segmentation

Sie erhalten mit dem CommCheck die wichtigsten Erkenntnisse zur Performance Ihrer Kommunikation: Inserate, Plakate, TV-, Radio- und Kinospots, Flyer, Prospekte und Online-Werbemittel.

Die Werbung einerseits...

Als Online-Mehrthemenbefragung (Onlinebus) ist der CommCheck bestens geeignet, die Beachtung und Akzeptanz Ihres Werbemittels kostengünstig und schnell zu messen. Zur Qualität oder zu Inhalten des Werbemittels werden eine Reihe weiterer Schlüsselfragen beantwortet, wie z. B. Sympathie, Einzigartigkeit, Glaubwürdigkeit oder ausgelöstes Kaufinteresse.

...das Medium andererseits

Was wäre ein Inserat ohne Zeitung oder Zeitschrift? Standardmässig erheben wir den Medienkonsum der Probanden in Bezug auf die grössten Schweizer Zeitungen und Zeitschriften. Bei einem getesteten TV- oder Radiospot werden die bedeutendsten Fernseh- und Radiosender abgefragt. Die Verknüpfung dieser Daten mit der Bewertung des Werbemittels liefert Ihnen eine Grundlage zur Medienplanung. Die Auswertung der Daten wird auf Grund der Benchmarks sowie unter Einbezug der psychografischen Segmentation blue mind besonders wertvoll. Gerade die Segmentierung liefert Ihnen wichtige Informationen zu Einstellungen und Verhalten der Zielgruppe.

Das Wichtigste in Kürze

- **Methode:** Online-Befragung
- **Grundgesamtheit:** 15–74 Jahre, D-CH/W-CH aus unserem Global-Online-Panel GOP
- **Repräsentativität:** Repräsentativ auf oben stehendes Universum
- **Stichprobenverfahren:** Random-Quota
- **Stichprobengrösse:** D-CH: 750 Int./W-CH: 250 Int.
- **Erhebungen:** 25 Wellen pro Jahr
- **Redaktionsschluss:** Montags, Einstiegsmöglichkeit alle 14 Tage
- **Befragungszeit:** 1 Woche, Donnerstag bis Mittwoch
- **Auswertung:** Tabellenband und Standardgrafiken
- **Termine:** Auswertung 1 Woche nach Feldende, donnerstags
- **Psychografie:** Auf Wunsch erhalten Sie die psychografische Segmentierung blue mind als «UpToData»-Datensatz



Attraktive Preise

Der Standardfragebogen des CommCheck beinhaltet insgesamt elf Fragestellungen zu Ihrem Werbemittel, dazu werden Statistik, Medienkonsum und auf Wunsch die psychografische Segmentation blue mind erhoben:

Standardfragen, Statistik und Medienfragen pro Welle

	D-CH/750 Int.	D-CH & W-CH/1000 Int.
Erstes Werbemittel	CHF 4500.–	CHF 6000.–
Weiteres Werbemittel der gleichen Kampagne	CHF 4900.–	CHF 2500.–
Weiteres Werbemittel einer anderen Kampagne	CHF 3000.–	CHF 4000.–
Psychografische Segmentation blue mind	pro Welle	CHF 1500.–

Standardfragen

Der CommCheck ist als Standardfragebogen konzipiert, was einen direkten Vergleich diverser Sujets erlaubt. Die Datenanalyse wird zudem durch eine umfangreiche Benchmarkdatenbank der GfK unterstützt.

Zusatzfragen

Sollten sich noch weitere Fragen aufdrängen: Die Kosten für Zusatzfragen, die nicht im CommCheck-Standardfragebogen integriert sind, entnehmen Sie bitte dem Flyer «Online-Bus» von GfK Switzerland, oder lassen Sie sich von unseren StudienleiterInnen beraten.

GOP – Global-Online-Panel der GfK

GfK Switzerland hat eine lange Tradition im Aufbau und in der Pflege von Panels; das Schweizer askGfK Online Access Panel existiert seit 2004. Das Qualitätsmanagement des Panels basiert auf den Richtlinien von ESOMAR, dem internationalen Marktforschungs-

verband. Für die Teilnahme am GfK Panel müssen die rekrutierten Teilnehmer verschiedene Stufen der Qualitätssicherung durchlaufen. Die Rekrutierung läuft über verschiedene Rekrutierungskanäle, damit aus soziodemografischer wie auch psychografischer Sicht ausgewogene Stichprobe erreicht wird. Unsere hohen Qualitätsstandards sichern gegenwärtig eine Antwortrate von bis zu 70%.

Kontakte

Werbetest CommCheck

Priska Schmid, GfK Switzerland AG, Hergiswil
 Telefon 041 632 94 74
 E-Mail priska.schmid@gfk.com

Psychografische Segmentation blue mind

Markus Britschgi,
 blue eyes marketing, Luzern
 Telefon 041 372 06 00
 E-Mail markus.britschgi@blueeyesmarketing.ch



GfK Switzerland (Hergiswil/NW) ist das grösste Marktforschungsinstitut* und der einzige Full-Service-Anbieter für qualitative und quantitative Marktforschung in der Schweiz. GfK Switzerland

gehört zur international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg, einem der fünf grössten Marktforschungsunternehmen der Welt.

*gemäss vsms-Branchenstatistik