

CommCheck – Werbetest auf den Punkt gebracht

effizient – repräsentativ – mit psychografischer Segmentierung



In Kürze – Unsere Stärken für Ihren Vorteil

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

- **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
- **Auswertung:** Tabellenband und Standardgrafiken
- **Redaktionsschluss:** Montags, Einstiegsmöglichkeit alle 14 Tage
- **Befragungszeit:** 1 Woche, Donnerstag bis Mittwoch
- **Termine:** Auswertung 1 Woche nach Feldende, donnerstags
- **Psychografie:** Auf Wunsch erhalten Sie die psychografische Segmentierung blue mind als «UpToData»-Datensatz

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. Die Bewertung des Werbemittels liefert Ihnen eine optimale Ergänzung für die Mediaplanung. Die Auswertung der Daten wird auf Grund der Benchmarks sowie unter Einbezug der psychografischen Segmentierung blue mind besonders wertvoll. Gerade die Segmentierung liefert Ihnen wichtige Informationen zu Einstellungen und Verhalten der Zielgruppe.

Attraktive Preise

Der Standardfragebogen des CommCheck beinhaltet insgesamt zehn Fragestellungen zu Ihrem Werbemittel, dazu werden Statistik, Medienkonsum sowie die psychografische Segmentierung blue mind erhoben:

Standardfragen, Statistik und Medienfragen pro Welle

	D-CH/750 Int.	D-CH & W-CH/1000 Int.
Erstes Werbemittel	CHF 6000.–	CHF 7500.–
Weiteres Werbemittel der gleichen Kampagne	CHF 1900.–	CHF 2500.–
Weiteres Werbemittel einer anderen Kampagne	CHF 3000.–	CHF 4000.–
Reduktion bei Verzicht auf Psychografische Segmentierung blue mind	CHF 1500.–	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

Möchten Sie zusätzliche Fragen erheben, ist dies selbstverständlich möglich. Unsere Studienleiter beraten Sie gerne dabei. Der Preis für Zusatzfragen basiert auf den Tarifen des GfK-Online-Bus (www.gfk.ch).

GOP – Global-Online-Panel der GfK

GfK Switzerland verfügt über einen eigenen Onlinepool mit über 50 000 aktiven Teilnehmern. Das Qualitätsmanagement des Panels basiert auf den Richtlinien von ESOMAR, dem internationalen Marktforschungsverband. 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

Christina Ueberschlag, GfK Switzerland, Hergiswil
Telefon 041 632 94 87

E-Mail christina.ueberschlag@gfk.com

Priska Schmid, GfK Switzerland, Hergiswil
Telefon 041 632 94 74

E-Mail priska.schmid@gfk.com



Psychografische Segmentation

blue mind

Markus Britschgi,

blue eyes marketing gmbh, Luzern

Telefon 041 372 06 00

E-Mail markus.britschgi@blueeyesmarketing.ch