

Showcase «Feldstudie»

Kunde: Swisscom Directories, LTV und local.ch
Zeitraum: Juli 2009

Ausgangslage und Auftrag

Der Kunde hat zwei Versionen eines Packshots. Mit einer Umfrage soll eruiert werden, bei welcher Version die Marken- resp. Produktzuordnung schneller erfolgt. Vorgegeben wurden Orte, Branchen und Firmengrößen.

Umsetzung

Je eine bestimmte Anzahl Probanden pro Befragungsort betrachten Anzeige V1 während 5-6 Sekunden, die andere Gruppe von Probanden die Anzeige V2. Dann wurden die Firmenvertreter gefragt, für welches Produkt diese Anzeige Werbung macht.

Die Research Unit von StudiMedia wertete anschliessend die Antworten nach Antwortkategorie, Sujet und Standort statistisch aus und bereitete die Antworten grafisch aus.



Besonderheiten

Aufgrund des internen Zeitplans des Kunden wurde ein sehr enger Zeitplan vorgegeben:

- Dienstag, 10.50 Uhr: Anfrage durch Werbeagentur des Kunden
- Dienstag, 16.00 Uhr: Klärung der Details, gleichzeitig provisorische Einsatzplanung der Befrager
- Mittwoch, 09.45 Uhr: Unterbreitung der Offerte
- Mittwoch, 10.00 Uhr: Briefing der Befrager
- Mittwoch, 13.00 Uhr: Start der Befragungen
- Freitag, 09.30 Uhr: Kunde erhält erste Auswertung (70% der Befragung abgeschlossen)
- Dienstag, 09.30 Uhr: Abgabe vollständige Auswertung

StudiMedia GmbH

Hauptsitz:
Eschenring 2
CH-6300 Zug
Fon +41 41 760 65 50
Fax +41 41 760 65 49

info@studimedia.ch
www.studimedia.ch

