

blog@phaydon - Sociability Research

Konsumenten-Blogs: Die neue Dimension qualitativer Onlineforschung.

Das Social Web (Sociability) revolutioniert die Art und Weise, wie heute Medien genutzt werden. Komplexität und Dynamik des Social Web (Blogs, Twitter, YouTube, Bewertungsportale, Social Communities wie Facebook etc.) erschweren eine top-down-geführte Marken- und Kampagnenstrategie und stellen auch die Marktforschung vor gewaltige Herausforderungen. Der Dialog mit den Nutzern muss im Internet „auf Augenhöhe“ geführt werden – Glaubwürdigkeit, Authentizität, Offenheit und Transparenz sind zentrale Erfolgsfaktoren für die Kommunikation mit den Verbrauchern.

blog@phaydon stellt sich mit Kundenblogs, Live-Chats und Online-Fokusgruppen den neuen Herausforderungen und bietet mit seiner geschlossenen, multi-funktionalen Forschungsplattform ein interaktives und zugleich innovatives Erhebungs- und Austauschinstrument. Unser Anspruch ist es mit innovativen Konsumenten-Blogs den kollaborativen und authentischen Charakter des Austauschs in den Mittelpunkt des Forschungsprozesses zu stellen. Wir begegnen den Teilnehmern mit größtmöglicher Offenheit und lassen uns durch ihren Input inspirieren, neue Wege zu gehen, ohne unsere Fragestellungen aus dem Blick zu verlieren. Neben den (inhaltlichen) Meinungsäußerungen der Teilnehmer steht dabei vor allem die Entstehung der (sozialen) Dynamik im Fokus unseres Interesses. blog@phaydon bietet Ihnen folgende Features:

- **Kundenblogs:** Eine dynamische, moderierte Forschungs-Community im nicht-öffentlichen Raum, die Sie unter Einbeziehung aktueller Ereignisse oder (iterativen) Veränderungen sowohl für Kurz- als auch Langzeitstudien nutzen können
- **Live Chats & Online-Fokusgruppen:** Synchrone Diskussionsmöglichkeiten, in der Sie in Echtzeit die Nutzung oder Rezeption Ihres Produkts bzw. eines bestimmten (Medien-)Formats mit verfolgen können
- **Blog-Diary:** Individuelle, multimediale Tagebuchmöglichkeiten, in denen Sie das alltägliche Nutzungsverhalten Ihrer (potentiellen) Kunden hautnah miterleben können



Vielfältige Einsatzbereiche

- **Concept- & Pretest-Forum**
zur (iterativen) Überprüfung erster Konzeptideen für Produkte, Werbemittel und TV-Formate
- **Crossmedia & Multi-Channel**
zur Evaluation konvergenter Kampagnen und Medienangebote
- **Formatevaluation**
zur Status-Quo und Optimierungsanalyse von TV-Sendungen
- **Kunden-Blog**
zur kontinuierlichen Überprüfung der Kundenzufriedenheit an verschiedenen Touchpoints
- **Innovation & Co-Creation**
zur gemeinsamen Entwicklung neuer Produktideen
- **Zuschauer-Blog**
als programmbegleitende Evaluation von Zuschauerreaktionen
- **Usage-Forum**
zur Beobachtung von Produktgebrauch im alltäglichen Nutzungskontext
- **Marke & Storytelling**
zur Identifikation von Markenkern/ - image und dynamischen Entwicklungspotenzialen einer Marke
- **Trendmonitor**
zur Beobachtung des Alltags, um Lücken für neue Produkte zu erschließen