

# Online-Werbewirkungsanalysen

## Online-Werbewirkung auf dem Prüfstand

Der Markt für Online-Werbung hat sich in den vergangenen Jahren rasant entwickelt. Die Werbeinvestitionen in Online-Werbung nehmen einen immer größeren Anteil im Media-Mix ein. Die Heterogenität bei den Online-Werbeformen stellt dabei hohe Anforderungen an die Werbewirkungsforschung von Online-Ads. Aber auch das Zusammenspiel zwischen Webseite (Umfeld), Zielgruppe und Werbung ist von hoher Bedeutung. Diesen Fragen widmet sich phaydon im Rahmen von Grundlagenuntersuchungen zum Thema Online-Werbung.

### Vorgehen und Methode

Wir liefern Ihnen eine detaillierte Rezeptions- und Wirkungsanalyse der untersuchten Online-Ads und Webseiten. In experimentell angelegten Grundlagenstudien (z.B. mit Eye-Tracking, qualitativen Methoden oder Blog-Foren) beantworten wir Ihre Fragen zur Wirkung unterschiedlicher Werbeformen (Displaywerbung, Video-Ads, Tandems etc.), Umfeldern und Platzierungsstrategien. Konkrete Handlungsempfehlungen unterstützen Sie dabei, die Kommunikationsleistung Ihrer Online-Werbung sowie die Ansprache der Zielgruppe zu optimieren.

### Beispielhaftes Studiendesign:

#### Zweistufiger Testaufbau: Eye-Tracking und Befragung

Phase 1: Eye-Tracking	Phase 2: Standardisierte Befragung
<ul style="list-style-type: none"><li>• Erfassung der Aufmerksamkeitsindikatoren<ul style="list-style-type: none"><li>• AD-Stopping-Power</li><li>• Time-to-first-Contact</li><li>• Audience</li><li>• Verweildauer</li><li>• Brand-Performance</li><li>• Produktbeachtung</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Markenbekanntheit (ungestützt / gestützt)</li><li>• Werbeerinnerung (ungestützt / gestützt)</li><li>• Kommunikationsleistung<ul style="list-style-type: none"><li>• Gefallen &amp; Detailbewertung</li><li>• Imagewirkung</li><li>• Informations- und Kaufinteresse</li></ul></li><li>• Akzeptanz der Werbeformen</li></ul>

### Ihre Vorteile

Sie profitieren von unserer Expertise auf diesem Forschungsgebiet und erhalten eine detaillierte Wirkungsanalyse Ihrer Online-Werbemittel. Durch den flexiblen Einsatz von unterschiedlichen Methoden wird ein individueller Forschungsansatz gewählt um alle Untersuchungsfragen zu beantworten. Konkrete Handlungsempfehlungen unterstützen Sie bei der Optimierung und Vermarktung neuer Online-Werbeformen.



### Mögliche Fragestellungen

- Wie setzen sich unterschiedliche Online-Werbeformen im redaktionellen Umfeld durch?
- Wie kommunikationsstark sind unterschiedliche Werbeformen? Welche Stärken und Schwächen lassen sich ableiten? (z.B. Pre- vs. Post- vs. Mid-Roll)
- Welche Erfolgsfaktoren lassen sich für unterschiedliche Werbeformen ableiten?
- Surfen Frauen anders im Internet als Männer? Welche Erfolgsfaktoren lassen sich für eine genderspezifische Ansprache im Internet ableiten?

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren individuellen Fragestellungen unterstützen zu können. Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner