

# Werbemittel-Posttest

## Inszenierung gelungen

Werbung wirkt. Aber auch wie gewünscht? Nach einer gewissen Laufzeit des Werbemittels ist es sinnvoll, bestehende Kampagnen auf ihre Kommunikationsleistung hin zu prüfen und gegebenenfalls zu optimieren. Ob Anzeige, Plakat, Flyer oder Spot - eingebettet in ein natürliches Werbeumfeld lassen sich alle Arten von Werbemitteln einem umfassenden Posttest unterziehen.

### Vorgehen und Methode

Im Rahmen unseres etablierten Untersuchungsansatzes überprüfen wir in halbstandardisierten Interviews ihre bereits geschalteten Werbemittel hinsichtlich zentraler Kriterien wie spontane Anmutung, Verständlichkeit und Relevanz der Werbebotschaft, Vermittlung des gewünschten Markenimages, Glaubwürdigkeit etc. Je nach Werbemedium empfehlen wir zusätzlich den Einsatz der Blickregistrierung, um die Durchsetzungsstärke und Wahrnehmung im natürlichen Umfeld (Zeitschrift, Werbeblock) zu erfassen. Dank unserer umfangreichen Benchmark-Datenbank schätzen wir für Sie die Stärken und Schwächen Ihres Werbemittels und seine kommunikative Leistung im Vergleich zum Wettbewerb realistisch ein und sichern damit eine erfolgreiche Ansprache Ihrer Zielgruppe.

Lesen Sie mehr zum Thema:

- Anzeigen-Test mit Blickregistrierung
- TV-Spotttest mit Blickregistrierung

### Ihre Vorteile

Der phaydon-Posttest liefert Ihnen fundierte Aussagen über Optimierungspotenziale für zukünftige Werbekampagnen. In Kombination mit einem Werbetracking erhalten Sie regelmäßiges Feedback über die Wirkung Ihrer Kampagne in den relevanten Zielgruppen.

### Artikel und Publikationen zum Thema

- "Qualitative Kommunikationsforschung und rezeptionsorientierte Verfahren: Case-Study ADAC (Teil 2 von 2)" von Daniel Schmeißer und Dr. Jörg Maas - Erschienen in *planung & analyse* 06/2006 - PDF-Download
- "Werbewirkung messen & optimieren - Wegweiser und Methoden am Beispiel von Print-Anzeigen" von Daniel Schmeißer, Catharina Behrendt, Björn Singer - Erschienen in *planung & analyse* 06/2005 - PDF-Download



### Mögliche Fragestellungen

- Wie ist die Bekanntheit meines Werbemittels in der relevanten Zielgruppe?
- Stützt mein Werbemittel das gewünschte Image der Marke?
- Inwieweit werden die zentralen Produkteigenschaften kommuniziert?
- Welche Optimierungsmöglichkeiten bestehen für zukünftige Kampagnen?

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren individuellen Fragestellungen unterstützen zu können.

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner

