

Medienforschung

Den Medien-Rezipienten auf der Spur: TV-Programm-Forschung bei phaydon

Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet... Die Medienlandschaft ist gigantisch und täglich buhlen mehr und mehr Angebote um die Aufmerksamkeit der Rezipienten.

Nur wer die Bedürfnisse und Vorlieben seiner Zielgruppe kennt, kann die richtigen inhaltlichen und formalen Weichen für den Erfolg der eigenen Medienprodukte durch Medienforschung stellen.

So unterstützt Sie phaydon durch Medienforschung

Unser Expertenteam im Bereich Medienforschung berät Sie in allen Phasen, von der ersten Idee, über die Konzeption und Realisierung bis hin zur Evaluation existierender Medienprodukte.

Unsere Expertise umfasst sämtliche Mediengattungen und Formate in Fernsehen, Hörfunk, Print und Internet.

Qualitative Methoden in Kombination mit modernen apparativen Prozessforschungstools wie Eyetracking (Blickregistrierung),

Verlaufsbewertung und psychophysiologische Aktivierungsmessung liefern Ihnen ein ganzheitliches Verständnis Ihrer medialen Zielgruppen im Rahmen der Medienforschung.

Unsere Leistungen im Überblick:

▪ TV Programm Forschung

Den Rezipienten auf der Spur:
TV-Programm-Forschung bei phaydon

▪ Konzeptforschung

Format-Ideen, die zünden

▪ Format-Pretests

Gut aufgestellt auf Sendung gehen

▪ Status-Quo-/ Format-Posttests

"on air" und "up to date"

▪ Serien-Checkups/ Format-Checks

Erhebungstool für Faszinations- und Bindungspotenzial

▪ Moderatoren-Castings

Medien-Formaten das richtige Gesicht geben

▪ Trailer-Tests

Der passende Vorgeschmack

▪ RTR- und Aktivierungsanalysen

Prozesshafte Abbildung des Zuschauererlebens

▪ On-Air (Online) Tests

Unmittelbares Mit-Erleben von Zuschauerreaktionen

▪ Grundlagen- und Motivforschung

Den Dingen auf den Grund gehen

▪ (Seh-)Motiv- und Bedarfsanalysen

Wissen, was der Zuschauer wirklich will

▪ Mediennutzungsstudien

Analyse „in medias res“

▪ Mood-/ Timeslot-Analysen

Zur richtigen Zeit die besten Formate platzieren

▪ Genre-Status-Quo

Programmfelder abstecken und greifbar machen

▪ Markenkern -und Imagestudien

Den roten Faden der TV-Markenstory finden und weiterspinnen

▪ Multi-Channel-Untersuchung

Erfolgreiche Crossmedia-Strategie dank gutem Storytelling

▪ Storytelling und Heldenreise

© phaydon | research+consulting 2004-2010 www.phaydon.de

Seite 2 von 2