

Markenkern -und Imagestudien

Den roten Faden der TV-Markenstory finden und weiterspinnen

Die Marke ist das Aushängeschild eines Angebots - das gilt auch für Medienhäuser und einzelne Formate. Unser Storytelling-Ansatz versteht Ihre Marke als Persönlichkeit, die sich idealerweise stetig entwickelt und im Austausch mit der Umwelt steht. Um die Sendung oder den kompletten Sender optimal in der konkurrenzstarken Medienlandschaft zu positionieren, fragen wir nach den Geschichten rund um diese Markenpersönlichkeit, den darin verborgenen Botschaften und Bildern sowie weiterführenden Erfolgsstoffen.

Vorgehen und Methode

Für Markenstudien im Medienbereich setzen wir unser dreistufiges brand story-Verfahren ein – im Dialog mit den Zuschauern erforschen wir Herkunft, Status Quo und Entwicklungsrichtungen eines Senders oder Formats. Dabei integrieren wir klassische Verfahren (z.B. Gruppendiskussionen) mit innovativen, interaktiven Erhebungsformen (z.B. blog@phaydon). In quantitativen Befragungen (online, face-to-face, per Telefon) können Sender, Programm und Image auf breiter Basis geprüft werden.

Ihre Vorteile

phaydon brand story hilft Ihnen, die Marke mit den Augen des Rezipienten zu sehen und aus den bedeutsamen Markengeschichten tragfähige Schlüsse abzuleiten. Wir unterstützen Sie dabei, Markenwerte zu stabilisieren, Kompetenzen zu fokussieren und die richtigen Themen und Erfolgsstoffe für Ihre Marken-Story auszuwählen. Auf diese Weise erhalten Sie nicht nur einen anderen Blick auf die Marke, sondern auch inspirierende Impulse für die Kommunikation.

© phaydon | research+consulting 2004-2011 www.phaydon.de. - Seite 1 von 1



Mögliche Fragestellungen

- Inwieweit ist die Marke eine „Persönlichkeit“, an die man sich erinnert?
- Gelingt es der Marke, Gespräche auszulösen? Welche Geschichten erzählt man sich von ihr - und was ist die zentrale Botschaft?
- Welches Image vermittelt die Marke der Zielgruppe und entspricht dieses dem Selbstverständnis der Sendung bzw. des Senders?
- Durch welche Maßnahmen könnten die Kernaussagen und Werte des Senders stärker hervorgehoben werden?

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

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner