

Kreativ-Workshop

Das Potenzial der Zielgruppe nutzen

Der Kreativ-Workshop stellt ein lebhaftes Explorationssetting mit abwechslungsreichen Inhalten dar: Hier werden Gestaltungsideen generiert, die nahe an der Lebenswirklichkeit und den tatsächlichen Bedürfnissen der Nutzer liegen. Ausgehend von der Annahme, dass ein Konsument oder Nutzer oft am besten weiß, was er will und braucht, wird er im Kreativ-Workshop direkt in die Produkt- oder Konzeptentwicklung einbezogen.

Den Rahmen bildet eine geleitete, vorstrukturierte Gruppenbefragung mit integrierten Arbeitsphasen in Kleingruppen. Die Probanden werden ermutigt und angeleitet, neue und eigene Ideen zum jeweiligen Untersuchungsgegenstand zu entwickeln. Um das kreative Potenzial der Zielgruppe freizusetzen, greifen wir auf spezielle Befragungstechniken zurück, die ein Verlassen gewohnter Denkrichtungen erlauben. Dazu zählen Visualisierung (z.B. Collagenerstellung), systematisch-analytische Methoden (z.B. Mind Mapping), Analogienbildung (z.B. Bisoziation, Reizworttechnik) und paradoxe Aufgabenstellung (z.B. Get-Fired-Methode, Rollenspiele etc.).

Spezielle Vorteile von Kreativ-Workshops

Die frühestmögliche Einbindung von Konsumenten hilft dabei, Flops in der Produkt- und Kommunikationsentwicklung zu verhindern. Über das konkrete Forschungsvorhaben hinaus erhält der Auftraggeber viele Anregungen und Hinweise, die bei anderen Entwicklungsprojekten genutzt werden können. Die intensive Auseinandersetzung mit einem Konzept führt bei den Probanden erfahrungsgemäß zu einer stärkeren „Mitmach“-Motivation, wodurch im Vergleich zu reinen Befragungen validere Erkenntnisse über Bewertungsdimensionen und Bedürfnisstrukturen gewonnen werden.



Einsatzbereiche

- Konzept- und Designtest
- Medien-Motiv- und Bedarfsanalyse
- Timeslotanalyse
- Medien-Konzepttest
- Medien-Image- und Markenkernanalyse
- Directmailing-Analyse
- Markenkernanalyse
- Markenimageanalyse
- Produkt-Motiv- und Bedarfsanalyse
- Produkt-Konzepttest
- Produkttest
- Verpackungstest
- Regal- und Storetest
- Naming-Test
- Trendstudie
- 50plus-Forschung