

Wie man die Herzen der jungen User erobert!

Erfolgreiche Emotionalisierung im Online-Marketing für Kids & Teens

Welches emotionale Involvement begleitet die Nutzung von Websites bei der jungen Zielgruppe? Wie genau kommt die emotionale Wirkung einer Internetseite zustande? Welche Elemente emotionalisieren positiv, welche negativ? Inwiefern gibt es dabei geschlechts- und altersspezifische Unterschiede?

Dies sind nur einige Fragen, denen eine neue Grundlagenstudie der Internet-Agentur Elements of Art in Kooperation mit dem Forschungs- und Beratungsunternehmen phaydon | research+consulting nachgeht.

Im Rahmen qualitativer Einzel- und Freundschaftsinterviews mit Kindern und Jugendlichen wurden 40 kleine Probanden im Alter zwischen 6 und 16 Jahren befragt und bei der Nutzung des Internets beobachtet. In einem Tagebuch gaben die Kinder eine Woche lang Einblicke in ihre Lebenswelt, Lieblingsangebote im WWW sowie Routinen und Rituale bei der Nutzung des Internets.

Die Studie präsentiert 14 Thesen rund um die erfolgreiche emotionale Ansprache von Kindern und Jugendlichen im Internet. Dabei nimmt sie zahlreiche Elemente unter die Lupe, die im Zuge einer Emotionalisierungsstrategie für Marken genutzt werden können: So dienen starke visuelle und auditive Reize vor allem jüngeren Kindern als „Anker“ beim Einstieg in ein Online-Angebot; die Rückmeldungen anderer User aus der Peergroup stacheln den Ehrgeiz bei Mitmach-Aktionen an; Humor ist eine Allzweckwaffe, gilt es Kids & Teens emotional zu berühren. Zu diesen und anderen Dimensionen (Themen, Tonalität, Videos, Musik, Design, Usability, Werbeformen, Spiele, Mitmach-Aktionen, (Marken-)Charaktere, Social Communities) bietet die EoA-Studie zahlreiche Learnings und konkrete Handlungsanweisungen für eine erfolgreiche Emotionalisierung im Online-Marketing für die junge Zielgruppe.

Die Studie ist gegen eine Gebühr von 298,-- EUR direkt auf der Website von Elements of Art bestellbar. Für einen kostenfreien Studienteaser senden Sie bitte eine Mail an Silke Erbslöh.

Haben Sie Fragen zur Studie oder wünschen Sie ein Beratungsgespräch, wenden Sie sich sehr gerne an:

Elements of Art GmbH

Silke Schneider / Stefan Warth

Tel: 02166-91567-89

silke.schneider@eoa.de

stefan.warth@eoa.de

www.eoa.de

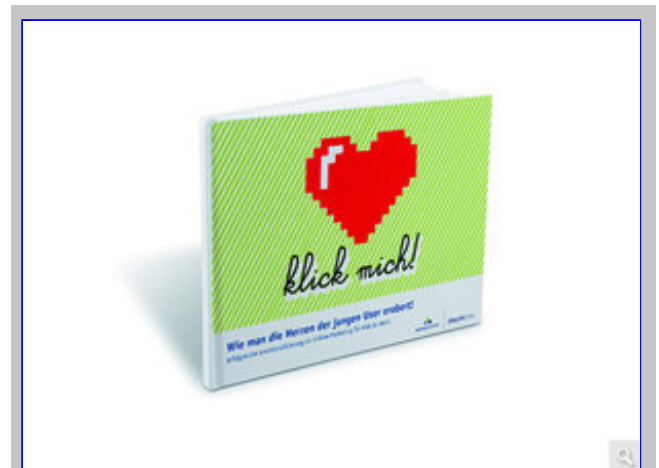
phaydon | research+consulting GmbH & Co. KG

Silke Erbslöh

Tel: 040-2093301-61

silke.erbsloeh@phaydon.de

www.phaydon.de



Studiensteckbrief

- Titel der Studie: "Wie man die Herzen der jungen User erobert! Erfolgreiche Emotionalisierung im Online-Marketing für Kids & Teens"
- Umfang: 184 Seiten
- Erscheinungsdatum: September 2011
- Preis der Studie: 298,-- €
- Die Studie ist erhältlich unter www.eoa.de