



BRANCHEN

Auf Marktforschung setzen
Marktvorsprung sichern

INNOFACT Geschäftsbereich
Medien

Für Medien bietet sich eine Zusammenarbeit mit **INNOFACT** in zwei völlig unterschiedlichen Bereichen an: Klassische Marktforschung für Medienprodukte und partnerschaftliche Zusammenarbeit im Bereich der Contentlieferung.

Zahlreiche Medien nutzen die Zusammenarbeit mit **INNOFACT**, um das Image und die Akzeptanz ihrer Produkte bei der Zielgruppe zu überprüfen, neue Formate zu testen oder hochwertigen Content zu generieren. So sichern sie sich entscheidende Wettbewerbsvorteile in hart umkämpften Märkten.



INNOFACT als Medienpartner: Klassische Marktforschung und Contentlieferung

Klassische Marktforschung

Online Aktivitäten

- Welchen Einfluss, welche Effekte haben Onlineaktivitäten?
- Wie werden Websites und sonstige Onlineangebote von der Zielgruppe wahrgenommen, genutzt und beurteilt?
- Welche Kannibalisierung- bzw. Synergieeffekte bestehen zwischen den Lesern, Nutzern, Hörern und Zuschauern von Offline- und Online-Ausgaben?
- Unter welchen Voraussetzungen eignet sich das Internet als zusätzlicher Wertschöpfungskanal?
- Wer sind die Wettbewerber im Internet?

Leser-Analysen und Copytests

- Wer sind meine Leser?
- Wie nutzen Leser bestimmte Produkte?
- Wie beurteilen Leser die gesamte Zeitschrift oder einzelne Rubriken?
- Welche Bindung besteht zwischen Lesern und Zeitung oder Zeitschrift?
- Wie zufrieden sind Kunden mit den Inhalten, Angeboten, Leistungen, Services?
- Welche Inhalte, Angebote, Leistungen, Services sind für die Zielgruppe besonders wichtig oder unwichtig?
- Welche künftigen Inhalte, Angebote, Leistungen, Services sind für die Zielgruppe besonders attraktiv?

Tests von einzelnen Formaten (Konzepte und etablierte Formate)

- Wo liegen Wertschöpfungspotenziale von neuen Formaten?
- Welche Leser, Nutzer, Hörer, Zuschauer werden mit einem neuen oder mit einem etablierten Format angesprochen?

- Wo sehen die bisherigen Leser, Nutzer, Hörer, Zuschauer die Optimierungspotenziale eines Formats?
- Unter welchen Umständen können neue Zielgruppen für ein neues Format erschlossen werden?
- Welche Inhalte, Angebote, Leistungen, Services sind besonders wichtig oder unwichtig?
- Welche künftigen Inhalte, Angebote, Leistungen, Services sind attraktiv?
- Gibt es Wertschöpfungspotenzial bei neuen Formaten und welche Mechanik müssen Geschäftsmodelle haben, um erfolgreich zu sein?

Exklusive Generierung oder Lieferung von Content

In Zusammenarbeit mit **INNOFACT** können exklusiv für Medienpartner kontinuierlich attraktive Marktforschungsdaten generiert werden, die Medien in Ihrem Format extrem zeitnah veröffentlichen können.

Beispiel-Cases:

- **TV-Sender**
INNOFACT liefert im zweiwöchentlichen Rhythmus Content für eine Trend-Sendung. Der **INNOFACT-Projektleiter** präsentiert und kommentiert die Ergebnisse im Studio.
- **Online-Finanz-Website**
Wie entwickelt sich die monatlich abgefragte Einstellung von finanzinteressierten Zielgruppen zum Thema „DAX-Prognose: Eine Woche, ein Monat, ein Jahr“?
- **Radiosender**
Wie beurteilt ein repräsentatives Verbraucherpanel regionale, bundes- oder weltweite politische Fragestellungen?

Foto: Fotolia.de