

Corporate Media in Zeiten von Internet, Smartphones und Tablet-PCs

Ganzheitliche Wirkungsmessung für innovative Unternehmenskommunikation: MCM™ - Measure all Corporate Media

Die Unternehmen, die in Corporate Media investieren, hoffen, durch zusätzliche Kontaktkanäle und Touchpoints ihre Zielgruppen crossmedial zu erreichen und damit die kommunikative Wirkung zu erhöhen. Klassische Medienformate wie Print-Medien gehören heute genau wie Webseiten und Apps zu den Standard-Instrumenten vieler Unternehmen. Doch oftmals ist der kombinierte Einsatz dieser Instrumente noch nicht ideal auf die Zielgruppen abgestimmt. Und auch **die Effizienzkontrolle, also die Messung der Reichweite, Nutzung, Akzeptanz und Wirkung** der vorhandenen Kanäle und Medienformate steckt noch in den Kinderschuhen.

Jede Effizienzkontrolle von Corporate Media muss in Zukunft die gesamte Unternehmenskommunikation berücksichtigen!

Die TNS Emnid Medienforschung hat ein innovatives Tool entwickelt, das diesen Ansprüchen und Erwartungen gerecht wird:

MCM™ - Measure all Corporate Media



MCM™ - Measure all Corporate Media

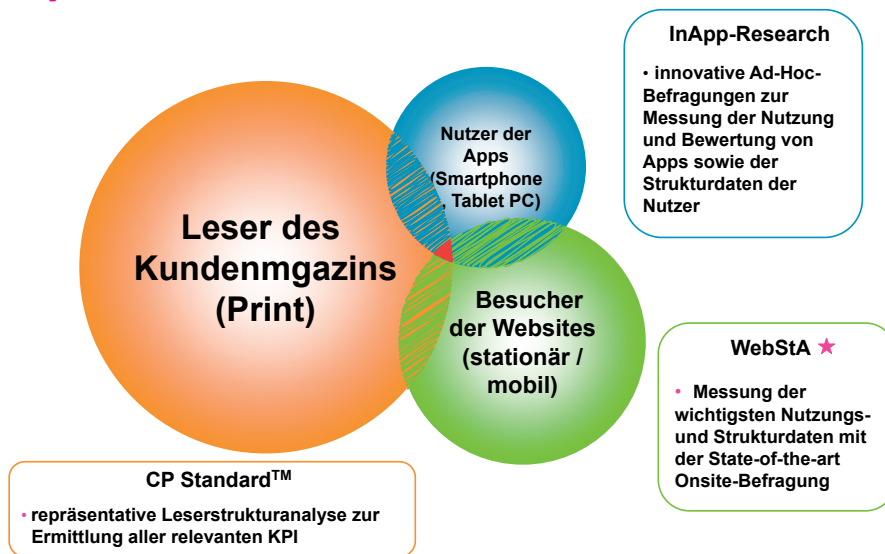
MCM™ verknüpft bestehende und etablierte Forschungsansätze mit innovativen Messmethoden zu einer ganzheitlichen Messung Ihrer Unternehmenskommunikation.

Für jedes der drei wichtigsten Kommunikationsinstrumente **Print – Website – App** wird die Nutzung, Akzeptanz und Wirkung separat gemessen. Anhand von Schlüsselvariablen werden Gesamtreichweiten ermittelt und Überschneidungen verrechnet.

Die Bestandteile des MCM:

- Basisbefragung Print: CP Standard™
- Nutzerbefragung Online: WebStA★
- Nutzerbefragung Mobile: InApp-Research

Measure all Corporate Media



CP Standard für Print - Die Basis

Der CP Standard ist DAS Instrument zur Ermittlung aller relevanten Erfolgsfaktoren von gedruckten Kundenmagazinen. Die Erhebung erfolgt repräsentativ und die Erkenntnisse sind handlungsorientiert und benchmarkfähig. Im Rahmen des MCM™ dient der CP Standard als repräsentative Basiserhebung zur Berechnung von intermedialen Überschneidungen und Brutto-Reichweiten.

WebStA★ - Online

Dieses Tool wurde speziell für Onsite-Befragungen entwickelt und funktioniert sowohl bei stationärem als auch mobilem Zugang auf die Website. Anders als übliche Onsite-Befragungen arbeitet WebStA★ mit dem state-of-the-art Stichprobentool e.boss von Interrogare, das die Responsequoten signifikant erhöht und damit die Datenqualität verbessert. Online werden die relevanten Nutzungs-, Bewertungs- und Strukturdaten der Nutzer der Web-Angebote erhoben und ergänzend die Nutzung der beiden anderen Kanäle (Print / App) erfragt.

InApp-Research - Mobile

Der innovativste Teil des MCM: Die Befragung der Nutzer einer App. Der Fragebogen ist in die App integriert und hat das Look and Feel der App. Der Fragebogen ist touchscreen-optimiert und erfasst alle notwendigen Daten zur Nutzung und Bewertung der App und der Kanäle Print und Website des Unternehmens. Die integrierte Befragung innerhalb von Apps wird über eine Lösung von Interrogare ermöglicht.

MCM™ – Measure all Corporate Media

Jede Effizienzkontrolle von Corporate Media muss in Zukunft alle Kanäle der Unternehmenskommunikation berücksichtigen!

Durch die Verknüpfung klassischer und innovativer Erhebungsmethoden bietet MCM™ eine ganzheitliche Messung der Performance von Corporate Media.

TNS Emnid

Die TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH wurde vor mehr als 60 Jahren gegründet und gehört damit zu den traditionsreichsten Anbietern in der Markt- und Sozialforschung.

Für Auftraggeber aus der Medien-, Politik- und Sozialforschung ist TNS Emnid kompetenter Partner für nationale und internationale Forschungsvorhaben. Mit modernsten und qualitativ hochwertigen Erhebungsverfahren und Instrumenten der Markt- und Sozialforschung generiert TNS Emnid mit der gesamten Methodik vom Face-to-Face Interview über telefonische Interviews bis hin zu Online-Befragungen aktuelle und exklusive Marketinginformationen. Die TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH ist eine Tochtergesellschaft der TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG. und gehört zur TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London). Sie ist damit Teil einer der führenden Marktforschungs- und Beratungsgesellschaften weltweit.

Ihre Ansprechpartner bei TNS Emnid:

Walter Freese
t +49 (0) 521 9257 690
e walter.freese@tns-emnid.com

Claudia Knoblauch
t +49 (0) 521 9257 695
e claudia.knoblauch@tns-emnid.com

Stieghorster Str. 90
33605 Bielefeld
Germany

f +49 (0) 521 9257 654
www.tns-emnid.com

TNS is a trade mark of
Taylor Nelson Sofres,
a Kantar Group Company

