

Zielgruppen-Analyse

So reduzieren Sie Streuverluste.

Ihr Nutzen

- Sie erkennen die Merkmale und Bedürfnisse Ihrer Zielgruppen.
- Sie reduzieren den Streuverlust.
- Sie optimieren Ihre Marketing- und Werbemassnahmen.
- Sie verwenden unsere Daten für Ihre eigenen Präsentationen.

Verstehen Sie Ihre Zielgruppen

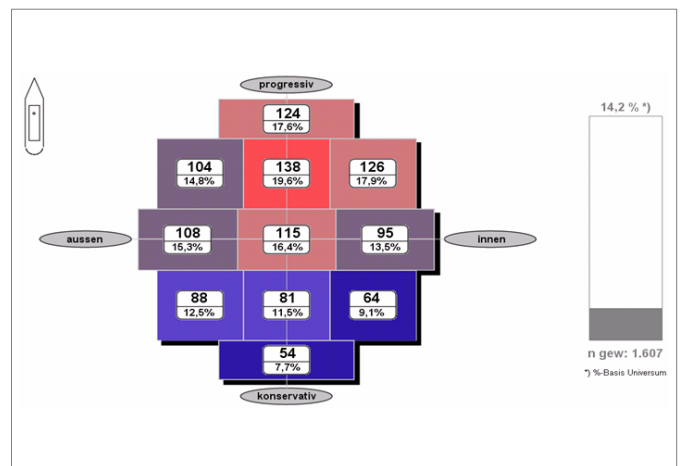
Wir liefern Ihnen die gewünschten Informationen über Ihre Zielgruppen, wobei wir auch komplexe Kundensegmente transparent und verständlich machen. Neben soziodemografischen und psychografischen Merkmalen analysieren wir Zielgruppen in Bezug auf ihren Konsum und ihre Mediennutzung.

Profitieren Sie von Mediastudien

Je besser Sie Ihre Zielgruppen kennen, desto konzentrierter können Sie Ihr Marketing und Ihre Werbung auf sie ausrichten. Das reduziert Streuverluste. Natürlich können Sie unsere Daten auch für Ihre eigenen Konzepte und Präsentationen verwenden. Für die Analysen stehen uns übrigens die wichtigsten inter- und intramedialen Studien der Schweiz zur Verfügung.

	Grundgesamtheit Schweiz 6'028'000 Personen		Kundenpotenzial 213'000 Personen		Affinität
	Personen	Struktur	Personen	Struktur	
Geschlecht					
Mann	2'948'000	48.9%	72'000	71.3%	146
Frau	3'080'000	51.1%	29'000	28.7%	
Alter					
14 - 34 Jahre	1'996'000	33.1%	36'000	35.6%	108
35 - 54 Jahre	2'190'000	36.3%	47'000	39.7%	109
55+ Jahre	1'842'000	30.6%	25'000	24.6%	80
Schulbildung					
obligatorisch	1'111'000	18.4%	9'000	9.2%	48
mittel	2'827'000	46.9%	51'000	50.5%	106
hoch	2'090'000	30.6%	41'000	40.3%	121
Berufliche Stellung					
Selbstständig	440'000	7.3%	10'000	9.9%	163
Angestellt mit Vorgesetztenfunktion	878'000	14.4%	20'000	19.7%	137
Angestellt ohne Vorgesetztenfunktion	2'261'000	37.5%	48'000	46.9%	129
Brutto HH-Einkommen					
bis unter CHF 4'000.-	953'000	15.6%	3'000	2.9%	17
CHF 4'000.- bis 8'000.-	2'660'000	44.1%	41'000	13.3%	82
über CHF 8'000.-	2'415'000	40.1%	58'000	56.8%	167

Beispiel «Soziodemografie» (Screenshot)



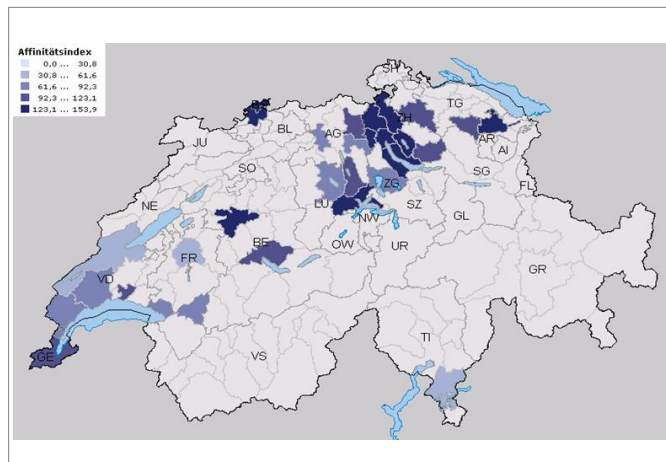
Beispiel «Psychografie - Detail» (Screenshot)

Unsere Analysen

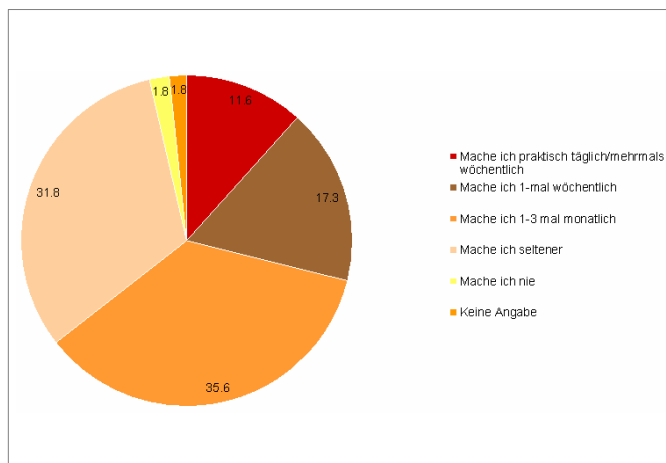
- Zielgruppenmerkmale nach Soziodemografie, Psychografie, Interessen und Aktivitäten.
- Top-10-Medientitel.
- Medienverhalten von Führungskräften Ihrer Zielgruppen.
- Konsumverhalten dieser Führungskräfte.
- Inter- und intramediale Mediennutzung Ihrer Zielgruppen.

Zusatzleistungen

Auf Wunsch ergänzen wir unsere Analysen mit weiteren Daten. Auch für die persönliche Beratung stehen wir gerne zur Verfügung.



Beispiel «Geografische Verteilung eines Geschäftes» (Screenshot)



Beispiel «Besuchshäufigkeit Geschäft X» (Screenshot)

Studien

MACH Basic ist die repräsentative (telefonische) Reichweitenstudie der Pressemedien in der Schweiz. Sie erhebt aktuelle und valide Daten über die Nutzerschaft der Zeitungen und Zeitschriften. (MACH Studien werden im März und September, MA Strategy im Dezember publiziert.)

MA Leader ist eine zweiteilige, repräsentative Befragung. Mit seiner Informationsvielfalt und der direkten Verbindung von Medien-, Betriebs- und Konsuminformationen ist es ein perfektes Tool für die Mediaplanung. (MA Leader wird alle zwei Jahre im März publiziert).

NET-Matrix-Profile liefert als repräsentative Internetstudie Zielgruppeninformationen mit Mediadaten und soziodemografischen Angaben. Diese können mit Daten anderer Medien verglichen werden. (NET-Matrix-Profile werden im Mai und November publiziert.)

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören

Haben Sie Fragen? Wünschen Sie weitere Informationen? Wenden Sie sich bitte vertrauensvoll an uns.

+41 44 250 31 00
info@publimedia.ch