

Kommunikations.Radar

Bringt Licht in die Black Box zwischen Sender und Empfänger!

Meinungsforschungsdaten alleine lassen Sie noch keinen Wahlkampf gewinnen, keine Themen besetzen und Produkte bekannt machen. Denn Ihr Gewinn und Kundennutzen entsteht vor allem durch die Kombination aus Erhebung, Analyse und praxistauglicher Beratung.

Treffsichere Grundlage für effiziente Kommunikationsplanung

Kommunikations.Radar, ein Produkt von Peter Hajek Public Opinion Strategies und Media Affairs, führt zwei Analyse-tools zusammen: Qualitative Analysen der medialen Berichterstattung auf Wortbasis in Kombination mit parallel laufender Markt- und Meinungsforschung.

Der Kommunikations.Radar ist unser Instrument, um Ihnen zu sagen, ob Ihre bisher kommunizierten Botschaften und Themen wahrgenommen wurden und wenn ja, in welcher Weise. Der Analyse folgt unsere Unterstützung bei der praktischen Planung Ihrer Kommunikationsmaßnahmen und Kampagnen.

Bevor wir mit dem Kommunikations.Radar starten, haben wir zwei Fragestellungen im Blick:

Erstens: Wie berichten Medien über Ihre Organisation, Ihr Unternehmen oder Ihre Partei?

Und zweitens: Beeinflusst die mediale Berichterstattung die Meinung und Einstellungen Ihrer Zielgruppen? Das heißt, wir wollen wissen, ob der Tenor einer bestimmten medialen Berichterstattung so auch von Ihren Kunden, Stakeholdern oder Wählern interpretiert wurde.

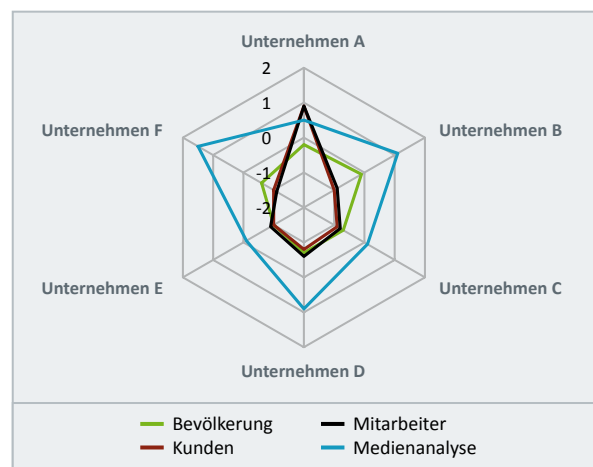
Ihr Gewinn

Der Mehrwert ist ein dreifacher Know-how-Gewinn:

- Sie erhalten einen qualitativen und quantitativen Überblick über Ihre Medienberichterstattung.
- Sie erfahren, ob Ihre Kommunikation die Meinung der Zielgruppe bisher beeinflusst hat.
- Sie bekommen von uns jene praktischen Inputs, mit deren Hilfe Sie Ihre gesamten Kommunikationsmaßnahmen umsetzen können – und zwar wirkungsvoll, zielgerichtet und aufeinander abgestimmt.

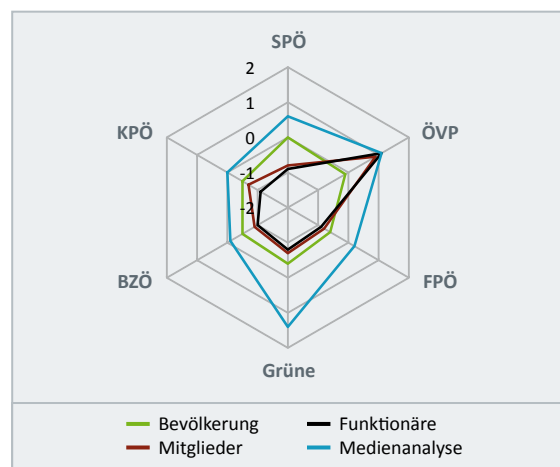
Beispiel: Mediale Bewertung Unternehmen

(Mittelwerte, +2 = sehr gut bis -2 = sehr schlecht)



Beispiel: Mediale Bewertung Parteien

(Mittelwerte, +2 = sehr gut bis -2 = sehr schlecht)



In 5 Projektschritten zum Erfolg

1) Erhebung des Status-Quo

- Ihre Zielgruppe/n sowie die relevanten Zielgruppenmedien werden definiert
- Ein optimaler Medien-Mix aus Print, online, Radio- und Fernsehsendungen wird erstellt
- Eine erste Erhebung zeigt den Status Quo der vorhandenen Medienberichterstattung und Einstellungen Ihrer Zielgruppe/n. Das „Wo stehe ich?“ wird beantwortet.

2) Zieldefinition

- Auf dieser Grundlage werden Projektziele und -unterziele definiert
- Die Medienarbeit wird nach diesen Zielen ausgerichtet

3) Medien-Monitoring

- Die Medienberichterstattung wird im festgelegten Zeitabschnitt beobachtet
- Die definierten Medien werden auf Wortbasis analysiert und ausgewertet
- Die laufenden Erkenntnisse fließen in die Projektplanung ein und ermöglichen eine flexible Adaptierung der Kommunikationsmaßnahmen

4) Parallele Markt- und Meinungsforschung

- Prozessbegleitend wird die Einstellung in der relevanten Zielgruppe mit Umfragen erhoben
- Die Intervalle sind variabel und flexibel wählbar
- Das laufende Controlling ermöglicht den Blick in die Black Box zwischen Sender und Empfänger
- Einstellungen, Motive und Einflüsse auf den Meinungsbildungsprozess werden aufgedeckt

5) Analyse und strategische Kommunikationsberatung

- Begleitend zu allen Projektphasen erfolgt strategische Kommunikationsberatung
- Sie speist sich aus den Ergebnissen der Medienanalyse sowie der parallelen Meinungsforschung
- Die Erkenntnisse fließen in eine Zielanalyse ein, welche konkrete Verbesserungen der aktuellen Kommunikationsstrategie und -umsetzung empfiehlt

Kommunikations.Radar – Ihre Vorteile auf einen Blick

- Strategische Beratung und laufende Begleitung durch zwei Marktführer
- Kontrollierbarer und beeinflussbarer Meinungsbildungsprozess
- Hochwertige, zielgerichtete qualitative Medienanalyse
- Empirische Meinungsforschung in für Sie relevanten Zielgruppen
- Messbare Verbesserung Ihrer Kommunikationsresultate
- Ergebnis-Controlling

Ihre Partner – doppelte Kompetenz:

Peter Hajek Public Opinion Strategies zählt zu den führenden Meinungsforschungsinstituten in Österreich. Peter Hajek und sein Team erheben jene Zahlen und Daten, die eine Entscheidungsgrundlage für die zukünftige Strategie von Politik, Wirtschaft und Non-Profit-Organisationen darstellen. Die Schwerpunkte des Unternehmens sind alle Leistungen und Instrumente der Markt- und Meinungsforschung und systemische Strategieberatung.

Media Affairs bietet einen umfassenden Einblick in die österreichische Medienlandschaft. Die Analysen der medialen Berichterstattung geben einen tiefergehenden Einblick in die für das Unternehmen relevanten Medienmärkte. In den Studien werden quantitative als auch qualitative Aspekte berücksichtigt, basierend auf jahrelanger Erfahrung und Expertise.