

AGOF brand facts

Wissen Sie, welche Zielgruppen sich auf Ihrer Website tummeln?



Website-Verantwortliche haben in der Regel viele Informationen über technische Nutzungsaspekte, sie wissen jedoch wenig über die Menschen, die ihre Website nutzen.

Die AGOF brand facts analysiert Websitebesucher

Mit ihren Markt-Media-Studien erhebt die AGOF seit 2005 auf monatlicher Basis repräsentativ die Reichweiten und weitere Strukturdaten für mehrere hundert Websites von Werbeträgern. Neben Kerndaten zur Internetnutzung werden auch Zielgruppeninformationen bereitgestellt.

Ab 2013 werden erstmals auch Unternehmenswebsites in die Analyse aufgenommen. Online Marketer erhalten so detaillierte Informationen zu den Websitebesuchern und können sich ein genaues Bild von ihren Zielgruppen-Potenzialen machen.

Grundlage für eine optimale Webstatensteuerung

Die AGOF brand facts liefern detaillierte Informationen für die kontinuierliche Überprüfung und Optimierung der Website:

- Wie viele Nutzer hat meine Website und wie oft besuchen Personen meine Website?
- Welche demografische Struktur haben die Besucher meiner Website?
- Welche Produkte bevorzugen die Nutzer meiner Website?
- Welche „Typen“ sind die Nutzer?

Sobald eine ausreichend große Datenbasis zur Verfügung steht können auch Branchenbenchmarks bereitgestellt werden.

Mithilfe dieser Informationen lassen sich verschiedene strategische Fragen der Online Marketer beantworten:

- Erreiche ich mit meiner Website meine Produktzielgruppen?
- Führen Marketingaktionen zu einer Erhöhung der Zielgruppenreichweite?
- Für welche Produkte interessieren sich die Besucher einer Website generell?

AGOF brand facts

Erhebungsmodell der AGOF brand facts

Ein einzigartiges Multimethodenmodell, bestehend aus technischer Messung, einer OnSite-Befragung und einer bevölkerungsrepräsentativen Telefonbefragung, bildet die Internetnutzer in allen Online-Nutzungssituationen repräsentativ ab.



Abb.: Multimethodenmodell der AGOF brand facts

Die hohe Fallzahl von mindestens 100.000 Fällen ermöglicht sowohl die Berücksichtigung von kleinen Websites als auch von Subsites.

Zusätzlich ist aufgrund der bevölkerungsrepräsentativen Telefonbefragung ein Vergleich der Verhaltensweisen und Produktpräferenzen von Onlinern und Nicht-Onlinern möglich.

Ergebnisse der AGOF brand facts

Die Ergebnisse sind in unterschiedlichen Aggregationsstufen verfügbar:

- Als Ergebniszusammenfassung auf stark aggregierter Ebene
- In einem komfortablen Zählprogramm
- Als kundenindividueller Datensatz

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung sorgt unabhängig von Individualinteressen für Transparenz und praxisnahe Standards in der Online-Werbeträgerforschung. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung.

Weitere Informationen unter www.agof.de

TNS Infratest

TNS Infratest ist das deutsche Mitglied der TNS-Gruppe und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. TNS Infratest liefert „fact based consulting“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Seit 2005 unterstützt TNS als Dienstleister die AGOF internet facts, seit 2011 auch die mobile facts.

Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com.

Kontakt

AGOF
Dr. Sven Dierks
Geschäftsführer
sven.dierks@agof.de
t +49 69 264 888 321



TNS Infratest
Petra Dittrich
Director Media Research
petra.dittrich@tns-infratest.com
t +49 89 5600 1636



TNS Infratest

MediaResearch
Landsberger Str. 284
80687 München

www.tns-infratest.com

© TNS 2013