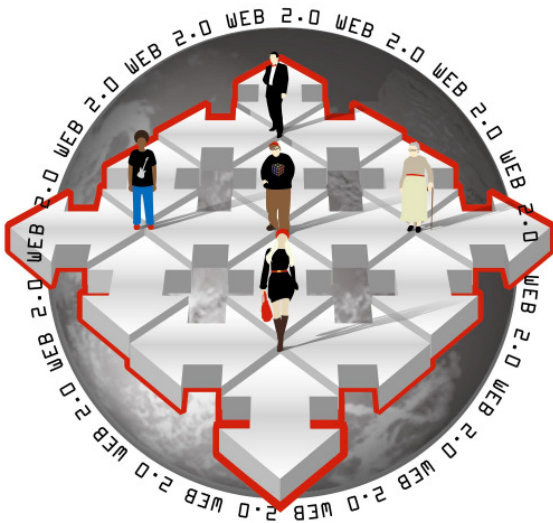




Marktanalyse & Beratung



Web 2.0 offensiv!

Community-Nutzertypen und
Community-Mechanismen verstehen!

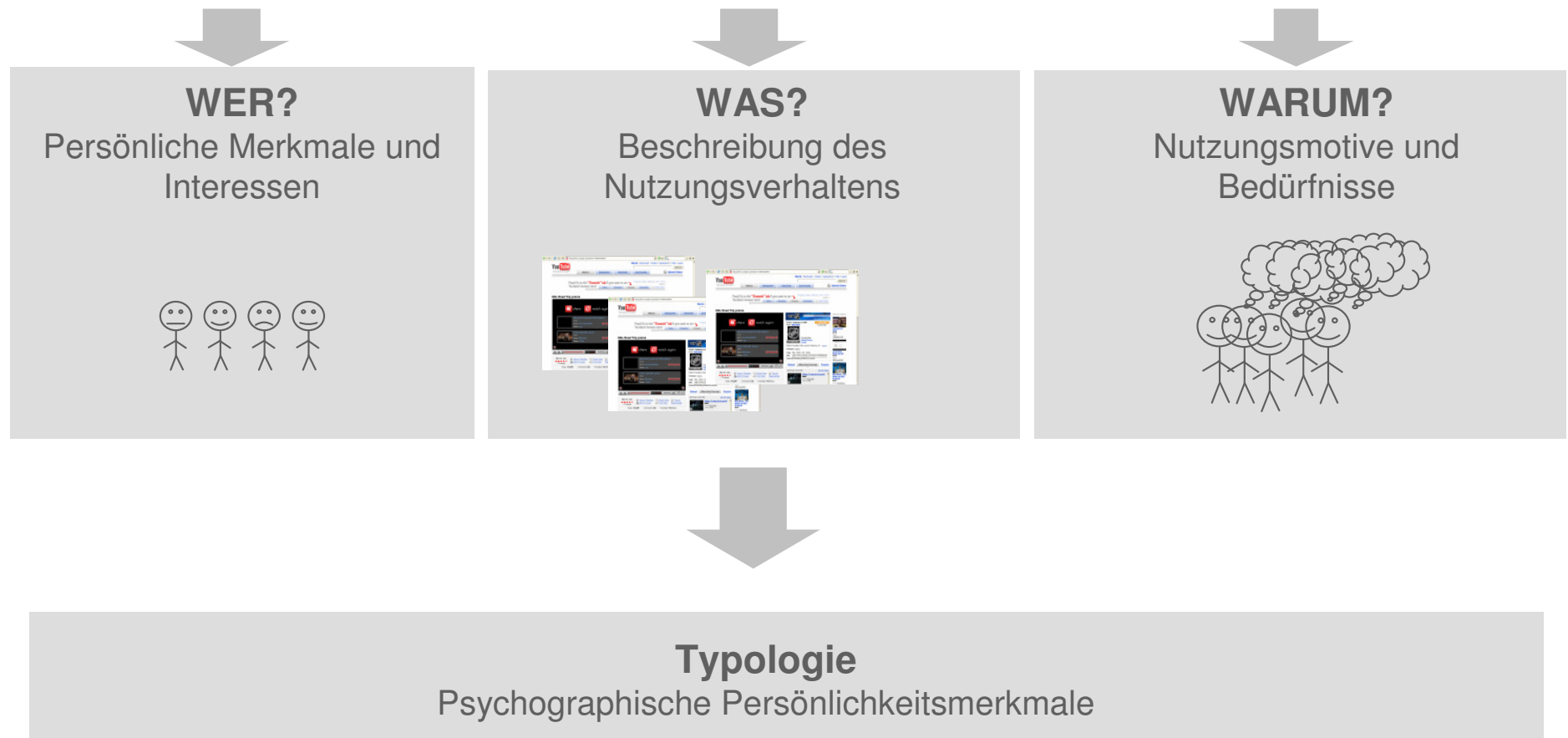
15. Oktober 2007

Unser Angebot an Sie

- Bereitstellung von aktuellen repräsentativen Marktdaten für den Online-Markt (Psychografische Typologie mit speziellem Fokus auf die Web 2.0-Affinen bzw. Web 2.0-Nutzer)
- Akzeptanz von Monetarisierungsmöglichkeiten wie Werbung, Mitgliedschaftsbeiträgen und Paid Content
- Weiterführend: Erhebung der individuellen Community-Daten
- Beratung zur optimalen Aufbau oder Weiterentwicklung der Community sowie der Ermittlung von Vermarktungsansätzen auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse

FÜR WEN?

- ✓ Betreiber von Communities, die im Zusammenhang mit einem Produkt stehen
- ✓ Betreiber von reinen Social Networks, deren Produkt die Community selbst ist
- ✓ Medienhäuser, die eine Community bzw. ein Social Network haben bzw. entwickeln möchten
- ✓ Unternehmen, die ihre Produkte über Web 2.0-Plattformen vermarkten bzw. selber eine solche betreiben möchten
- ✓ Vermarkter, für innovative, qualitativ angereicherte Mediaplanung

PbS bietet eine ganzheitliche Community-Nutzer-Typologie

Je nach Nutzertyp unterscheiden sich:

- Erwartungen an die Community
- Motive der Nutzung der Community
- Bedürfnisse
- Empfindlichkeit gegenüber Werbung und direkter Ansprache
- Nutzungsverhalten, Verweildauer in der Community, etc.

Je nach Phase des Lebenszyklus, die die Community erreicht hat, unterscheiden sich:

- Verweildauer in der Community
- Erwartungen der Nutzer an die Community
- Relevanz und Verhältnis von Nutzertypen
- Einstellung gegenüber Werbung
- Wahrnehmung der Community
- Wechselbereitschaft, etc.

Repräsentativ- studie

Bereitstellung einer Informationsbasis über die gesamte Online-Nutzerschaft in Deutschland (Typen) mit Fokus auf Community- Nutzung, Bedürfnissen, Motiven sowie Vermarktungsansätzen



- 2.000 Personen werden innerhalb eines Online-Panels befragt

Community-spezifische Studie

Einstellung des bestehenden Fragebogens in der einzelnen Community + spezielle Fragen zu den Erwartungen, der Nutzung und der Zufriedenheit mit den spezifischen Angeboten und Leistungen der Community



- Ermittlung der Segmentstruktur in der einzelnen Community
- Erkenntnisse über Erwartungen und Zufriedenheit mit speziellen Angeboten und Leistungen der Community
- Abgleich der erhobenen individuellen Community-Daten mit den bereitgestellten Repräsentativdaten

Analyse & Beratung

Zusätzliche qualitative Analysen (z.B. Fokusgruppen und Erarbeitung von Strategieprofilen vor dem Hintergrund der Wettbewerbsbeobachtung) Analysen zur strategischen Ausrichtung der einzelnen Community anhand von Potenzialanalysen und unter Berücksichtigung der Lebensphase



- Positionierung der Community im Wettbewerbsumfeld
- Erarbeitung des Strategieprofils
- Beratung zur optimalen Steuerung der Community in Abhängigkeit von der Lebensphase und der strategischen Ziele (Reichweitenmaximierung, Werbefinanzierung, Marken- und Kundenbindung, Abo-Modelle, Transaktionen)

Modul I

Basisversion Web 2.0 offensiv!

Euro 1.300,-

Repräsentativstudie als Standardauswertung und Grundlage für allgemeine Marktentscheidungen bei Aufbau, Management und Vermarktung von Communities und Plattformen

Basisversion Web 2.0 offensiv! zuzüglich individualisierter Zielgruppen-Analyse

Euro 6.900,-

Repräsentativ-Studie zu web 2.0-Nutzung-, -Motiven, -Bedürfnissen, -Typen sowie zu Vermarktungsansätzen und Individualisierung hinsichtlich spezifischer Zielgruppen und Plattformen, Handlungsempfehlungen

Modul II

Basisversion Web 2.0 offensiv!

zuzüglich individueller Marktforschung, d.h. Erhebung von Daten in Ihrer eigenen Community bzw. Ihrer eigenen Website mittels eines interaktiven Befragungstools auf Basis der Fragenstruktur der web 2.0 offensiv! Studie

ab Euro 14.900,-

- Nutzung der Datenbasis aus der Repräsentativ-Studie
- Generierung Community-spezifischer Daten:
 - Konzeption eines innovativen Tools (Formulierung zusätzlicher, offener und interaktiver Fragen)
 - Individuelle Programmierung und Hosting (Anpassung zusätzlicher Fragen)
 - Auswertung der individuellen Befragung
- Individuelle Analyse & Beratung:
 - Abgleich der Daten, Analyse
 - Individuelle Beratungsleistung und Workshop

Modul III

Individuelle Marktforschung und Beratung zum Aufbau neuer Web 2.0-Plattformen

Modul I und II, zusätzlich: Analyse zur Positionierung, Fokusgruppen und Strategieprofilen

ab Euro 25.000,-

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlich festgelegten Mehrwertsteuer von 19%.

Wir freuen uns auf Sie!

PbS AG
Infanteriestraße 19/ Haus 4a
D - 80797 München
Tel. + 49 89 30 65 82 - 0
Fax + 49 89 30 65 82 - 101
www.pbs-ag.de

Informationen erhalten Sie bei:

Katrin Ringlstetter
Peter Jochems
Swantje Benussi

Katrin.Ringlstetter@pbs-ag.de
Peter.Jochems@pbs-ag.de
Swantje.Benussi@pbs-ag.de

Bestellung richten Sie bitte an:

Markus Ilhan

Markus.Ilhan@pbs-ag.de