



**Fresh
ideas**

**COMMUNICATIE
ONDERZOEK BIJ
FERRO EXPLORE!**

AUTEUR:
**FERRO EXPLORE/GERBEN
BRUINS**

GEPUBLICEERD IN:

PRODUCTBROCHURE
COMMUNICATIEONDERZOEK

INHOUD

WAAROM ONDERZOEK?	3
CONCEPTONDERZOEK	3
DE PRETEST	3
WANNEER?	4
FERRO EXPLORE!-MODEL VAN COMMUNICATIE™	4
WAAROM FERRO EXPLORE!?	5
HOE PAK IK DAT AAN?	5
MEER INFORMATIE	5

COMMUNICATIEONDERZOEK BIJ FERRO EXPLORE!

FERRO EXPLORE/GERBEN BRUINS

Een kwalitatieve test van campagnes kan organisaties veel opleveren. Het zorgt voor meer grip op de effectiviteit van de communicatie. Daarmee is het een manier om de *return on investment* van het campagnebudget te vergroten.

WAAROM ONDERZOEK?

Ontwikkelingstrajecten van campagnes gaan altijd gepaard met strakke tijdsplanningen en grote budgetten. Voor de organisatie hangt vaak veel af van het succes van de communicatie. Er is dan ook alles aan gelegen om zeker te weten dat het creatieve idee en de boodschap goed aansluiten op de doelgroep.

Concepttests en pretests bieden zekerheid, ondersteuning én een frisse kijk op het campagneonderwerp voor organisaties in het ontwikkelingstraject van communicatiemiddelen. Door slim gebruik te maken van communicatieonderzoek kan het rendement van campagne-investeringen verbeterd worden.

Ferro Explore! is een expert op het gebied van het testen van communicatie-uitingen in alle fasen van ontwikkeling en in alle gedaanten. Door de jaren heen heeft Ferro Explore! vele duizenden spotjes, advertenties, tijdschriften, banners, websites, verpakkingen, flyers, brochures, brieven en andere vormen van communicatie getest.

Concepttests en pretests bij Ferro Explore! worden gekenmerkt door snelheid, flexibiliteit, deskundigheid en zijn gericht op optimale waarde voor de opdrachtgever. Dit betekent dat het doel

altijd is de communicatieve kracht te optimaliseren.

CONCEPTONDERZOEK

Een concepttest richt zich op het voorleggen van conceptideeën in een vroeg stadium van ontwikkeling. Vaak is er hierbij sprake van onderzoeksmateriaal dat slechts bestaat uit ruwe schetsen en/of teksten.

Het conceptonderzoek stelt de opdrachtgever in staat om eventuele fundamentele barrières in de waardering of boodschapoverdracht op tijd aan het licht te brengen en op basis van de bevindingen bij te buigen voordat er grote kosten aan de uitwerking van definitieve uitingen zijn besteed.

Het primaire doel van een concepttest is het verkrijgen van inzicht in de waardering en communicatieve kracht van het conceptidee en het verkrijgen van aanwijzingen voor de verdere uitwerking van de concepten.

DE PRETEST

Een pretest richt zich op campagnes in het laatste stadium van ontwikkeling. De vrijwel definitief uitgewerkte uitingen worden als laatste check aan de doelgroep voorgelegd.

Het doel van een pretest is het verkrijgen van inzicht in de waardering en communicatieve kracht van de uitingen en om input te verkrijgen om de getoonde uitingen te optimaliseren. Een pretest richt zich dus voornamelijk op het niveau van de uiting.

Veelal betreffen de optimalisaties die uit een pretest naar voren komen subtiele wijzigingen in de uitwerkingen om boodschapoverdracht en waardering te verbeteren. Dit kunnen bijvoorbeeld het langer tonen van een product, website-adres of aanpassingen in de voice-over zijn.

WANNEER?

Het is aan te raden om bij de ontwikkeling van een nieuw campagneconcept altijd eerst een concepttest uit te voeren. Dit voorkomt dat in een latere fase blijkt dat er problemen zijn met de basisprincipes van het concept die niet meer gewijzigd worden binnen de beschikbare planning of het budget. Door gebruik te maken van een concepttest in een vroeg stadium van ontwikkeling kan dit worden voorkomen.

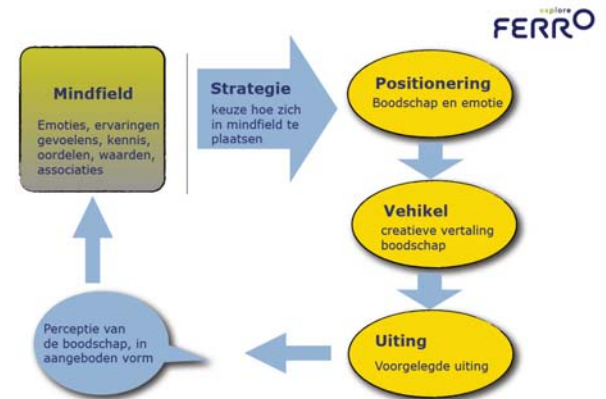
Een pretest heeft altijd meerwaarde wanneer er nieuwe concrete uitingen zijn ontwikkeld. In de pretest kan worden nagegaan of de uitingen voldoende duidelijk en aansprekend zijn.

FERRO EXPLORE!-MODEL VAN COMMUNICATIETM

Bij het testen van communicatie-uitingen gebruiken wij het Ferro Explore!-model van communicatie™. Dit model is leidend in alle fasen van het onderzoek: tijdens de opzet en methodebepaling, het veldwerk en tijdens de analyse en rapportage.

Wij onderscheiden drie niveaus van het communicatieproces: het niveau van de strategie en positionering, het niveau van

het vehikel en het niveau van de uitvoering. Hieronder is schematisch weergegeven hoe de verschillende niveaus zich tot elkaar verhouden.



Een concepttest richt zich primair op de niveaus van het vehikel en van de positionering, terwijl de pretest zich richt op het niveau van de uiting.

De onderzoekers bij Ferro Explore! zijn getraind om zowel op het niveau van de uiting, als het niveau van het vehikel en de positionering te onderzoeken en deze verschillende niveaus aan elkaar te verbinden. Reacties op specifieke elementen van het communicatiemateriaal worden altijd in de algemene context van de beleving geplaatst. Hierdoor kan bij de interpretatie van de resultaten een onderscheid worden gemaakt tussen reacties van de doelgroep die essentieel zijn en waarop gestuurd moet worden en reacties die weliswaar goed zijn om te weten, maar niet direct om wijzigingen in de communicatie vragen.

Vanwege de noodzaak om snel te kunnen schakelen tussen diverse niveaus van communicatie is ervaring van essentieel belang in de kwaliteit van kwalitatief communicatieonderzoek. De acht onderzoekers van Ferro Explore! hebben gemiddeld meer dan 12 jaar ervaring met dit soort onderzoek.

WAAROM FERRO EXPLORE!?

De concept- en pretests die Ferro Explore! uitvoert zijn van hoge kwaliteit, efficiënt, grondig en gericht op optimale waarde voor de opdrachtgever.

Daarnaast zijn wij snel: de dag na het veldwerk leveren wij al eerste bevindingen op waar het communicatiebureau mee aan de slag kan. Een communicatieonderzoek hoeft effectief maar twee of drie dagen in te nemen in de totale planning van het ontwikkelingstraject.

Het primaire doel van een communicatieonderzoek is het verkrijgen van inzicht in de communicatieve werking van een campagne of specifieke uiting. Wij hebben hiervoor voorafgaand aan het onderzoek zo veel mogelijk informatie nodig over het doel en de beoogde boodschap van het materiaal dat getest gaat worden. Op deze manier kunnen we het onderzoek zo goed mogelijk inrichten en scherp en efficiënt rapporteren.

Communicatieonderzoek gaat niet over 'aftesten', maar over het verkrijgen van inzicht in de redenen waarom uitingen al dan niet effect hebben of gewaardeerd worden. Ook in de rapportage staat dit gegeven centraal: wat zijn de kansen en mogelijke gevaren van een specifieke uiting, campagne of concept en op welke manier kan dit geoptimaliseerd worden om zo effectief mogelijk te communiceren?

Concept- en pretests bij Ferro Explore! zijn dan ook geen eindpunt van een communicatietraject, maar een basis om gefundeerde beslissingen te nemen over het optimaliseren van communicatie.

HOE PAK IK DAT AAN?

Wanneer u een concept- of pretest wilt laten uitvoeren, dan neemt Ferro Explore! u al het werk uit handen. Veelal is het genoeg om een aantal keer telefonisch contact te hebben over de afstemming. Daarnaast moedigen wij het altijd aan om op de onderzoekslocatie mee te komen kijken tijdens het veldwerk. Wij maken altijd gebruik van faciliteiten waar via een videocircuit meegekeken kan worden en waar de gesprekken opgenomen worden.

Door mee te kijken krijgt u een goed gevoel bij de uitkomsten: beter dan wanneer u alleen de rapportage leest. Ook eventuele externe bureaus die betrokken zijn bij de ontwikkeling kunnen komen meekijken.

Ons advies is om al tijdens het plannen van een communicatieontwikkelingstraject rekening te houden met het testen van het materiaal. Het handigste is om al bij het opstellen van de planning van een communicatietraject één of twee testmomenten in te bouwen. Dit voorkomt eventuele vertragingen en schept duidelijkheid voor het communicatiebureau.

Vanzelfsprekend is het ook mogelijk om op korte termijn een test uit te voeren als op het laatste moment blijkt dat hier behoefte aan is.

MEER INFORMATIE

Wilt u meer weten over communicatieonderzoek bij Ferro Explore!, neem dan gerust contact met ons op of neem een kijkje op onze website.

Telefoon: 020-6243044

Email: info@ferro-explore.nl

Internet: www.ferro-explore.nl



explore
FERRO

Weteringschans 85D-87D
Postbus 15797
1001 NG Amsterdam

t +31 (0) 20 624 30 44
f +31 (0) 20 622 42 99
info@ferro-explore.nl
www.ferro-explore.nl