

Methoden

Beste Zutaten für Ihren Erfolg

phaydon steht für die intelligente Verknüpfung qualitativer, quantitativer, apparativer und ethnografischer Ansätze in der Marktforschung. Erst die Integration aller Forschungsansätze gewährleistet ein vollständiges Bild der psychologischen Wirkmechanismen, deren Kenntnis gezielt zur Optimierung Ihrer Maßnahmen und Produkte genutzt werden kann.

Im Folgenden erhalten Sie einen tieferen Einblick in die bei phaydon zum Einsatz kommenden Forschungsmethoden:



Qualitative Forschung

liefert vertiefte Erkenntnisse über die bewussten und unbewussten Eindrücke, die im Kontakt mit einem medialen Reiz, einer Werbung oder einem Produkt entstehen.

[mehr...](#)



Online Forschung

sammelt Informationen über das Internet und seine Nutzer direkt online - auf der Website, im Panel oder innerhalb von Communities (Besucherstruktur, Surf- und Kaufverhalten, Motive und Einstellungen).

[mehr...](#)



Ethnografische Forschung

ermöglicht den Einblick in die Alltagswelt der Konsumenten und den tatsächlichen Nutzungskontext von Produkten und Medienangeboten.

[mehr...](#)



Apparative Forschung

garantiert objektive Erkenntnisse über die Wahrnehmung und Informationsverarbeitung während des Rezeptionsprozesses.

[mehr...](#)



Quantitative Forschung

zielt auf statistische Repräsentativität und erlaubt, das Auftreten und die Ausprägung von Merkmalen und Wirkungen in der untersuchten Grundgesamtheit abzuschätzen.

