



Katalog-Test

Und: Katalog-Workshop

(Mehr Informationen auf der Rückseite)

Betrachten Sie Ihren Katalog mit den Augen Ihrer Kunden! – Der Katalog hat in letzter Zeit einen Bedeutungs-Wandel erfahren. Gegenüber seinem neuen »Partner«, dem Online-Shop, besticht er durch sensorische Qualitäten: Man kann ihn anfassen und darin blättern. Katalog und Internet ergänzen sich: Der Katalog soll Interesse wecken, geshoppt wird dann im Internet. Finden Sie mit uns heraus, wie stark Ihr Katalog seine Betrachter aktiviert.

Situationen, die Sie herausfordern:

- ▶ Sie möchten überprüfen, wie Ihr Katalog von der Zielgruppe wahrgenommen wird und ob Ihre Katalog-Gestaltung den Betrachter zu einer Kaufhandlung aktiviert.
- ▶ Sie wollen Ihren Katalog crossmedial ausrichten und suchen nach Ansatzpunkten für eine wirkungsvolle Interaktion zwischen Katalog und Website.

Fragen, die Sie weiterbringen:

- ▶ Wie betrachten (potenzielle) Kunden Ihren Katalog? Wie leicht finden sie sich darin zurecht?
- ▶ Nutzt Ihr Katalog alle Gestaltungs-Spielräume, um eine Bestellung auszulösen?
- ▶ Sprechen Sie Ihre Zielgruppe mit der richtigen Tonalität in Wort und Bild an?
- ▶ Passt Ihre Katalog-Gestaltung zum übrigen Marken-Auftritt?

Antworten, die Sie von uns erwarten dürfen:

Wir lassen Ihren Katalog von **mindestens 5 Testpersonen aus Ihrer Zielgruppe** durch die Augenkamera betrachten und zeichnen dabei Blickverlauf und Handling auf.

Die Probanden können zunächst frei im Katalog blättern. Besonderen Wert legen wir dabei auf den ersten Kurz-Dialog mit dem Werbemittel. Welche Gestaltungselemente werden wahrgenommen, welche Inhalte transportieren sie?

Danach lösen die Probanden konkrete Aufgaben im Katalog. Gegebenenfalls lassen wir sie ihre Gedanken laut aussprechen.

Im Anschluss an die Blickverlaufs-Aufzeichnung werden die Testpersonen in Einzel-Interviews zu Wahrnehmung und Wirkung des Katalogs befragt.

Ergebnisse, die Sie sofort nutzen können:

Sie erhalten **konkrete Handlungs-Empfehlungen**, wie Sie Ihren Katalog weiter optimieren können. Grundlage unserer Handlungs-Empfehlungen sind die Regeln der Prof. Vögele Dialogmethode® sowie aktuelle Erkenntnisse der Werbewirkungs-Forschung. Und natürlich unsere Spezialisierung im Dialogmarketing.

Die **Kombination von Augenkamera und Befragung** verbindet objektive Blickverläufe und subjektive Eindrücke. So erhalten Sie ein umfassendes Bild, wie der Leser mit Ihrem Katalog umgeht und wie er die Interaktion mit dem Werbemittel empfindet.

Sämtliche Interaktionen werden aufgezeichnet. Sie erhalten die Augenkamera-Aufzeichnungen zusammen mit einem umfassenden Bericht und können so unsere Handlungs-Empfehlungen nachvollziehen.

Preis: ab 3.500,- Euro zzgl. MwSt. (abhängig vom Katalog-Umfang, von der Zielgruppe und von der Probanden-Zahl)

Unser Katalog-Workshop für Versandhandels-Profis:

Die Katalog-Gestaltung unterliegt eigenen Regeln. In diesem Workshop wenden Sie diese Regeln direkt an: zur **Optimierung Ihres eigenen Katalogs**.

Erfahrung in der Katalog-Gestaltung ist eine wichtige Voraussetzung für die Teilnahme an diesem Workshop. Daher richtet sich der Workshop an Werbemittel-Gestalter für den Versandhandel.

Mehr Informationen zum Workshop »Zielgruppengerechte Katalog-Gestaltung« finden Sie unter **www.sv-institut.de in der Seminar-Übersicht**.

Mehr zum Thema »Katalog«:

Lesen Sie auch unsere Studie »Der Katalog der Zukunft«.

Sie finden die Studie unter **www.sv-institut.de in der Rubrik »Studien & Publikationen«**.

Stand: 01/2011

Siegfried Vögele Institut 
Internationale Gesellschaft für Dialogmarketing mbH

Ölmühlweg 12
61462 Königstein
www.sv-institut.de



Wir beraten Sie gerne:

Gabriele Laurich
Senior Consultant
Dialog Research & Consulting
Tel.: +49(0)6174 2017-42
E-Mail: g.laurich@sv-institut.de