



market research

VERTEILQUALITÄTSMESSUNG

Optimierung der Verteilquoten
von Haushaltswerbung

Verteilquoten im Bereich der unadressierten Zustellung von Prospekten, Kundenzeitungen oder Flyern von 0% bis 30% sind weniger selten, als es sich so manch Filialist wünschen mag. So findet man immer wieder das Werbemittel nicht im Briefkasten der Zielhaushalte, sondern im nahegelegenen Papiercontainer. Gern werden auch Prospekte der verschiedenen Zustelltage gesammelt und erst Tage später als Paket verteilt.

So kann es passieren, dass Ihre Werbeaktion für die Filialeröffnung am Samstag ins Leere läuft, weil die entsprechende Haushaltswerbung erst am Sonntag mit vielen anderen verteilt wird. In den osteuropäischen Märkten, in denen man nicht so topaktuelle Haushaltsstatistiken vorfindet, verlässt man sich gern auf die Adress- und Haushaltszahlen der Verteilfirmen. Schaut man einmal genauer hin, entpuppt sich so manche Straße oder Häuserzeile als Phantasie der Verteiler, um die Stückzahlen nach oben zu pushen.

MEHRSTUFIGE QUALITÄTSSICHERUNGSSYSTEME
GARANTIEREN OPTIMIERTE ZUSTELLQUOTEN

TÜRVERSTEHER

Die systematische Durchführung von Verteilkontrollen und Evaluierung von gebietsbezogenen Zustellquoten bei unadressierter Haushaltswerbung ist seit vielen Jahren Kernkompetenz des IWD.



ÜBER 1.500 ANALYSEN UND STUDIEN BEDEUTEN EXPERTENSTATUS

Das vom IWD entwickelte Verfahren basiert auf folgenden Methodenbausteinen:

- Flächenstichprobe auf Basis von Random Route
- Systematische Auswahl der Häuser und der entsprechenden Haushalte im Verteilgebiet
- Persönliche Interviews in den Haushalten (Haustürbefragungen)
- Sichtkontakt mit dem zu prüfenden Werbemittel
- Einsatz verschiedener Qualitätssicherungssysteme zur Überprüfung
- Telefonische Interviews der Befragten zur Kontrolle der Wahrhaftigkeit und Exaktheit



1.500

ANALYSEN & STUDIEN

34%

Ø KOSTENSENKUNG

