

## Emotionen sagen alles!

**Wenn man den Kunden versteht, ist Kundenansprache leicht. Das Marktforschungsinstitut ‚september‘ zeigt mit seiner Methode „Implicit Quick Dive®“, wie das gelingt. Die Emotionsforscher sind mit einem spannenden Vortrag und exklusivem Stand auf dem Radio Advertising Summit 2019 vertreten.**

**Düsseldorf/Köln, 25. März 2019.** Wenn am 10. April 2019 der Radio Advertising Summit die Tore öffnet, geht es in zahlreichen Vorträgen, Diskussionen und Sessions um Herausforderungen der Werbewirtschaft und des Marketings mit Audio. Wie nutzen Unternehmen die Möglichkeiten des smarten Audio-Universums für erfolgreiche Markenführung und Kundenansprache? Und wie sieht der optimale Einsatz von Audio in der Mediastrategie aus? „Die Medienwelt verändert sich und die lineare Mediennutzung wird besonders bei jungen Hörern durch Demand-Angebote ergänzt“, heißt es in der Pressemitteilung des Summit-Veranstalters „Radiozentrale“ vom 19. März 2019, die unter dem Aspekt „emotionale Performancesteigerung“ auch einen besonderen Hinweis auf die Marktforschungsspezialisten von september Strategie & Forschung enthält.

Denn da, wo sich die Geister der qualitativen und quantitativen Marktforschung scheiden, kommt september ins Spiel und forscht auf Kundenwunsch in kurzer Zeit dort, „wo sonst nur Zeit für Bauchgefühl bleibt“. An ihrem exklusiven Stand stellen sie ihre innovative Methode Implicit Quick Dive® vor – ein Instantverfahren aus der intelligenten Kombination von Emotionsmessung und tiefenpsychologischem Interview. „Interessierte können vor Ort in einem Cube ihre impliziten Reaktionen auf einen Spot ermitteln oder anders gewendet: in einer Telefonzelle ihre Emotionen messen lassen. Durch ergänzende tiefenpsychologische Interviews erlangen wir weitere Erkenntnisse über die seelischen Storys der Probanden“, erklärt Oliver Spitzer, Managing Partner von september. Das Unternehmen greift dabei auf Erfahrungen aus Untersuchungen von Emotionen in Zusammenhang mit unzähligen Spots und Kampagnen zurück und bietet – besonders interessant – Ergebnisse in sehr kurzer Zeit.

## Rufen, ohne zu schreien

„Call to Action“ (konkrete Handlungsaufforderung an Kunden) ist das Thema des Vortrags von Oliver Spitzer auf dem diesjährigen Radio Advertising Summit. „Wir wollen verdeutlichen, wie ein Call ‚Action‘ ruft, ohne seine Hörer anzuschreien, und welche Inhalte die emotionale Performance steigern“, so Spitzer. Wer in der Kundenansprache den richtigen Ton trifft, kann

### Pressekontakt:

september Strategie & Forschung GmbH | Oliver Spitzer, Schanzenstraße 36, 51063 Köln  
Tel: +221 93 31 77 100 | spitzer@september-online.com

viel bewegen, egal, ob im Radio, in der Online-App, im Pkw oder der S-Bahn. Bietet der Call to Action (CtA) in einem Spot emotionalen Mehrwert, erzielt er eine ungeheure Wirkung. „Er schafft es dann, aus den Messwerten übersetzte Indikatoren wie Attraktion und Relevanz gegen Ende eines Spots nach oben zu pushen. Im Gegensatz dazu sorgen andere CtAs oftmals für Verwirrung oder Reaktanz und torpedieren damit den ursprünglichen Zweck“, weiß Spitzer.

Weitere Informationen finden Sie unter <https://www.september-online.de/implicit-quick-dive/>.

#### **september Strategie & Forschung GmbH**

Als Spezialist für beratende Marktforschung verfolgt september seit 2008 das Ziel, die unbewussten Motive und Emotionen von Konsumenten zu entschlüsseln. Neben dem Einsatz tiefenpsychologischer Methoden verschafft sich das 22-köpfige Kölner Unternehmen mit seiner innovativen Methode heart.facts® auf bislang einzigartige Weise Zugang zu unbewusster Wahrnehmung und Verarbeitung. Die Kombination aus tiefenpsychologischen Interviews und impliziter biometrischer Emotionsmessung liefert dem Marktforschungsinstitut Erkenntnisse über psychologische Treiber und emotionale Wirkmechanismen im Umgang mit Produkten, Marken, Kommunikation u. v. m. Die Auswertung bringt die psychologischen, „weichen“ Daten und die zu sieben Key Performance Indicators (z. B. Attraktion, Sympathie oder Skepsis) verdichteten Biosignale zu einer Story zusammen. So lassen sich konkrete Verbesserungen der Maßnahmen ableiten.

#### Pressekontakt:

september Strategie & Forschung GmbH | Oliver Spitzer, Schanzenstraße 36, 51063 Köln  
Tel: +221 93 31 77 100 | [spitzer@september-online.com](mailto:spitzer@september-online.com)