Læseranalyser til fagblade, personaleblade og kundemagasiner

Har dit magasin den rigtige gennemslagskraft?

Kender du dine læsere? Ved du, hvilke sider de altid læser – og aldrig læser? Og ved du, hvilken retning dit magasin skal have, næste gang det skal relanceres?

Kontrabande er specialiseret i skræddersyede læserundersøgelser, som kan bruges i den redaktionelle hverdag. Vi nøjes ikke med procenttal og afrapporteringer. Alle vores analyser rummer konkrete anbefalinger til, hvordan magasinet kan gøres bedre – fra design og stofområder til vinklinger og rubrikker.

Gennem de sidste to år har vi gennemført læser- og målgruppeundersøgelser for en lang række fagblade, kundemagasiner, personaleblade og organisationspublikationer – bl.a. TDC Business, DJØF Bladet, Folkekirkens Nødhjælp, Dansk Landbrug samt Erhvervs- og Byggestyrelsen.

Kontrabandes analyser skræddersys præcist efter magasinets behov. Vi gennemfører både kvantitative spørgeundersøgelser og dybe kvalitative analyser – for eksempel:

- Spørgeskemaundersøgelser: Web-baserede undersøgelser, der kortlægger målgruppens baggrund, dens brug af og holdning til mediet. Undersøgelsen afdækker læsernes læsevaner og oplevelse af konkrete artikler – samt eventuelt deres interesser og syn på udgiverorganisationen.

- Fokusgrupper: Gruppebaserede kvalitative undersøgelser, der kan afdække målgruppeprofiler gennem interaktion og kreative øvelser. Fokusgrupper giver en dyb forståelse af målgruppens oplevelse og brug af magasinet.

- Kvalitative interviews: Interview med eller feltstudier hos enkeltpersoner. Denne metode kan bruges til at komme helt tæt på målgruppen og indkredse dens forskellige profiler.

Få mere at vide:
Direktør Søren Schultz Jørgensen: ssj@kontrabande.com/telefon 40 60 51 24
Analyseprojektleder Birgitte Raben: birgitte@kontrabande.com/telefon 22 92 02 93

Kontrabande: Journalistik, medier, strategi
Kontrabande er en journalistisk udviklingsvirksomhed. Vi leverer:

- Analyser af medier og målgrupper
- Udvikling og relancering af medier
- Design af websites, nyhedsbreve, aviser og magasiner
- Redaktion og journalistik
- Seminarer, kurser og medieeftersyn
- Rådgivning om kommunikations- og kanalstrategi

Kontrabande
Snaregade 10B
1205 København K
T: +45 3333 8387
www.kontrabande.com

KONTRABANDE

Kunderne om Kontrabandes analyser

Dansk Landbrug: Medie- og målgruppeanalyse

Dansk Landbrug ønskede at teste flere målgruppers kendskab til, brug og oplevelse af en række udgivelser. Kontrabande gennemførte webbaserede spørgeskemaundersøgelser, analyserede effekten af publikationerne og leverede strategiske anbefalinger til, hvordan Dansk Landbrug kunne styrke og præcisere sine medier på modtagernes præmisser.

"Med sin kombination af metode, kommunikationsstrategisk erfaring og journalistisk praksis har Kontrabande kunnet give os nogle præcise og anvendelsesorienterede analyser af vores publikationer. Kontrabandes analyser rummer ikke bare procenttal og ord - men også relevante og præcise anbefalinger, som gør det muligt at beslutte, om man skal nedlægge en publikation, relancere den eller noget helt tredje."

Bettina Berg,, pressechef i Dansk Landbrug

DJØF Bladet: Læserundersøgelser

DJØF ønskede at teste læsningen af og tilfredsheden med medlemsbladet DJØF Bladet. Kontrabande designede forløb og spørgeskema i en serie af undersøgelser, som skal vise udviklingen i læsernes brug af og forhold til bladet over tid.

"Da DJØF Bladet bad Kontrabande om at foretage en læserundersøgelse af bladet, var det vigtigt for os, at indholdet af undersøgelsen blev til i en proces mellem Kontrabande og os, og at resultaterne blev fulgt til dørs med konklusioner, fortolkninger og forslag. Vi er ikke blevet skuffet! Vi har fået med- og modspil, en god dialog, kvalificerede input og – ikke mindst – en brugbar læserundersøgelse."

Stig Nielsen, redaktør af DJØF Bladet

Dansk Journalistforbund: Læserundersøgelser

Dansk Journalistforbund ønskede at teste kendskabet til og synet på to strategiske kvartalsmagasiner: Agent og Magasin K. Kontrabande rådgav om design af spørgeskema og forløbet for undersøgelsen, som DJ selv gennemførte. Derefter analyserede Kontrabande undersøgelsens data og gav redaktionelle anbefalinger.

"Kontrabande har for Dansk Journalistforbund udarbejdet læseranalyser af to af forbundets magasiner med vidt forskellige målgruppemæssige udfordringer. Arbejdet har været kompetent og professionelt udført og den analytiske præcision har været afgørende for at kunne bruge læseranalyserne fremadrettet. Med de konstruktive analyser har vi fået et redskab til at kunne justere vores koncepter, så vi sikrer, at vi bliver endnu skarpere på at ramme plet i forhold til målgrupperne, og så vi kan udfordre dem i deres faglighed."

Troels Johannesen, kommunikationskonsulent i Dansk Journalistforbund

Kontrabande
Snaregade 10B
1205 København K
T: +45 3333 8387
www.kontrabande.com

KONTRABANDE