

Burda
Eastern
Europe



Slovenija

F
R
O
M

t
h
e

S
A
L
E
S

P
O
I
N
T

o
f

V
I
E
W

avto
magazin
CONNECT
COSMOPOLITAN

Lisa
Men's Health
NOVA
PLAYBOY
SLOVENIJA

Burda
Eastern
Europe

INE

Slovenija



PLAYBOY
SLOVENIJA

Burda
Eastern
Europe



Slovenija

ZALOŽNIŠKA HIŠA

Burda d.o.o.



KAKO RAZUMETI ŽENSKE?

- **Ženska je lahko srečna z moškim, če ga malo ljubi in zelo razume.**
- **Moški je lahko srečen z žensko, če jo neskončno ljubi in je sploh ne poskuša razumeti.**

KAKO RAZUMETI ŽENSKE?

Mi smo vseeno poskusili!



KAKO RAZUMETI ŽENSKE?

Z raziskavo!



FOKUSNA RAZISKAVA

- **Založniška hiša Burda skrbno načrtuje svojo produktno politiko. V medijih je razvoj največkrat intuitiven, iz srca, toda...**
- **... vsako idejo poskušamo preveriti s tržno raziskavo**

FOKUSNA RAZISKAVA

- **Naše revije so usmerjene na točno določene ciljne skupine.**
- **Prepričani smo, da v Sloveniji ni mogoče narediti uspešne revije, ki bi zadovoljevala različne bralce in da je kljub navidez polnemu trgu še vedno dovolj priložnosti za nove revije. Naš dosedanji razvoj to potrjuje.**

FOKUSNA RAZISKAVA

- Preden lansiramo novo revijo, poteka priprava v dveh fazah:
- razvoj revije in priprava koncepta do testnega izvoda
- testiranje testnih izvodov v fokusnih skupinah in nato prilagajanje revije

FOKUSNA RAZISKAVA

- **Za raziskavo v fokusnih skupinah smo se odločili zaradi majhnosti in obvladljivosti testne skupine, zaradi natančnih rezultatov, ki jih daje, možnosti poglobljene analize in zaradi možnosti hitre izvedbe.**

FOKUSNA RAZISKAVA

- **Glavna slabost pa ostaja statistična vrednost izsledkov glede na majhnost vzorca – rezultati veljajo za skupino, ni jih pa mogoče aplicirati na relevantno javnost.**

TESTIRANJE: LISA, NOVA, GALA

- Pri testiranju Lise in Nove je šlo za preverjanje že uveljavljenih revij na tržišču in prilagajanje koncepta potrebam bralk.
- Pri testiranju Gale pa smo preverjali povsem nov koncept in ga po izsledkih raziskave ustrezno spremenili pred izidom.

NOVA

Gala
v družbi pravih zvezd

Lisa

TESTIRANJE: LISA, NOVA, GALA

- **V prvem primeru smo izbrali dve skupini bralk. V prvi so prevladovale bralke Nove in Novi konkurenčnih revij, torej trač revij, v drugi pa nekdanje bralke revije Lisa in bralke Lisi konkurenčnih revij. Raziskava je pokazala, da je bilo treba osvežiti podobo Nove in jo opremiti z nekaterimi novimi rubrikami, podobno je bilo treba storiti pri Lisi.**

TESTIRANJE: LISA, NOVA, GALA

- Pri prodaji Nove smo po spremembi opazili rast prodaje za približno 20% , pri Lisi pa smo stabilizirali prodajo revije.



Lisa



NOVA

TESTIRANJE: LISA, NOVA, GALA

- Ženske smo z dvema fokusnima raziskavama poskušali razumeti tudi pred lansiranjem revije Gala.

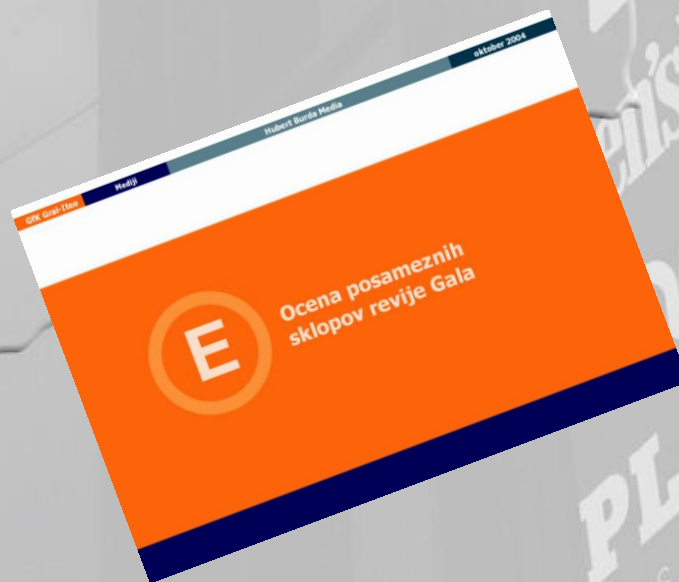


TESTIRANJE: LISA, NOVA, GALA

- **Testne izvode revije smo preverili z dvema, različno starima skupinama potencialnih bralk in bralk Gali, konkurenčnih revij. Izvedeti smo hoteli ali je koncept Gale pravilen in ali bo razširil naš domet med trač revijami. Obenem smo hoteli tudi izvedeti ali bo škodil našim že obstoječim revijam.**

TESTIRANJE: LISA, NOVA, GALA

- Rezultati prvih dveh fokusnih raziskav so pokazali, da je treba revijo še prilagoditi, tako vsebinsko kot oblikovno.



TESTIRANJE: LISA, NOVA, GALA

- Po spremembah (več kratkih novic, oblikovni popravki, dodane servisne strani), smo nove testne izvode še enkrat preverili z dvema fokusnima skupinama.



TESTIRANJE: LISA, NOVA, GALA

- Spet sta bili skupini sestavljeni iz bralk dveh različnih starostnih kategorij. Rezultati so pokazali, da so bile spremembe pravilne in nekaj tednov za tem smo revijo uspešno lansirali



ZAKLJUČEK

- + med vsemi tržnimi raziskavami se je za naše potrebe najbolje izkazala raziskava s fokusnimi skupinami
- + pomembno je, da lahko med izvedbo proces aktivno spremljamo in sproti zastavljamo vprašanja
- + za uspeh in dobro izvedbo fokusne raziskave je bistven dober nabor in dober moderator
- + poročilo raziskovalca mora biti kratko in jedrnato

ZAKLJUČEK II

- med slabosti sodi premajhen vzorec.

ZAKLJUČEK II

**Je mogoče z raziskavo bolje razumeti
ženske?**

ZAKLJUČEK II

Da!



ZAKLJUČEK II

Jih je mogoče popolnoma razumeti?

ZAKLJUČEK II

Ne. Zato jih je treba imeti rad!

Burda
Eastern
Europe



Slovenija

