adverserve bringt Emotionen in die Marktforschung â€“ BILD

ID: LCG20214 | 16.06.2020 | Kunde: adverserve | Ressort: Wirtschaft Ã-sterreich | Medieninformation

Kaufentscheidungen werden intuitiv getroffen. Klassische Marktforschung hinterfragt das rationale Denken. Die innovative Technologie erforscht Emotionen. EMOTION DNA™ zeigt schon im Vorfeld, wie Werbung wirkt.

Bilder zur Meldung in der Mediendatenbank

Wien (LCG) – Gemeinsam mit Affective Markets bringt adverserve Enterprise, der Innovation-Hub von adverserve, eine revolutionäre Marktforschungsmethode auf den österreichischen Markt, die erstmals Kaufimpulse verständlich macht. Herkömmliche Untersuchungen zielen vorrangig auf rationale Entscheidungen ab. Diese spielen bei der Kaufentscheidung jedoch eine untergeordnete Rolle. 95 Prozent der menschlichen Gedanken werden unterbewusst gebildet. Sie beeinflussen, ob Konsumenten intuitiv zum Produkt greifen oder auf eine Onlinewerbung klicken. EMOTION DNA™ macht erstmals sichtbar, wie attraktiv Konsumenten beispielsweise Werbemittel, Werbeslogans oder Designs tatsächlich finden. Die Grundlage der Technologie-Innovation basiert auf komplexen Algorithmen, die emotionale Muster wissenschaftlich evaluieren und quantifizieren. Der daraus ermittelte Faktor spiegelt das emotionale Attraktivitätslevel wider. Vereinfacht ausgedrückt, kann durch den Einsatz künstlicher Intelligenz vorausgesagt werden, wie Konsumenten auf einen Stimulus reagieren. Präferenzen und Geschmäcker der Zielgruppen können so im Marketingprozess schon im Vorfeld ausgelotet werden. Durch die gewonnenen Insights können Marketeers weitere Entscheidungsprozesse positiv stützen. Die Basis ist ein repräsentatives Panel der österreichischen Gesamtbevölkerung.

„EMOTION DNA™ revolutioniert den gesamten Marketingprozess. Mithilfe dieser innovativen, KI-basierten Technologie können valide Erkenntnisse erzielt und eine völlig neue Entscheidungsgrundlage geschaffen werden. Nutzt man EMOTION DNA™ für Werbezwecke, kann schon vor Start der Kampagne auf Performance optimiert werden", fasst **Georg Klauda**, Director Enterprise bei adverserve, zusammen.

Nicht nur Kampagnen können durch die Verbindung persönlicher Marktforschung und künstlicher Intelligenz bereits im Vorfeld mittels EMOTION DNA™ getestet werden. Auch Verpackungsdesigns, Brandings, Werbebotschaften oder Produkt-Pricings können auf ihre emotionale Wirkung bei der Zielgruppe überprüft werden.

„Emotion DNA™ ist ein einzigartiges Marketing-und Mapping-Tool für Marken. Unser oberstes Ziel ist es, Unternehmen dabei zu helfen, das emotionale Kaufverhalten von Konsumentinnen und Konsumenten zu verstehen und darauf aufbauend Marketingentscheidungen zu treffen. Vielen unserer Kundinnen und Kunden konnten wir so einen klaren Wettbewerbsvorteil verschaffen", betont **Dan Gang**, CEO und Gründer von Affective Markets.

„EMOTION DNA™ ermöglicht uns, die Konsumentinnen und Konsumenten auf emotionaler Ebene zu verstehen und zu sehen, wie sie wirklich ticken. Auf dieser Basis können Marketingentscheidung in neuer Qualität und rational getroffen werden", ergänzt Klauda.

Die Produktneuheit EMOTION DNA™ steht österreichischen Kunden ab sofort exklusiv zur Verfügung und kann als monatliches All-in-Servicepaket oder als Credit-Abo bezogen werden.

Über adverserve

Seit 2001 ist adverserve digital advertising services als Experte für Werbetechnologie tätig und hat sich bis heute als erfolgreiche Agentur für Digitalmarketing etabliert. Als strategischer Partner und Innovationskraft unterstützt adverserve Unternehmen dabei, die Chancenpotentiale der Digitalisierung individuell zu nutzen, um nachhaltig erfolgreich zu sein. Das vielseitige Produkt-und Leistungsportfolio erstreckt sich von der Konzeption nachhaltiger Digitalstrategien bis hin zur operativen Umsetzung digitaler Werbekampagnen. Digital 360 Grad, Programmatic und Data Driven Marketing stehen bei allen Serviceleistungen im Fokus. Neben dem Hauptsitz in Wien führt adverserve digital advertising services eine Niederlassung in der Schweiz sowie in Kroatien und beschäftigt derzeit rund 55 Mitarbeiter. Seit Herbst 2019 ist die Österreichische Post Mehrheitseigentümer der adverserve. Weitere Informationen auf https:// www.adverserve.com .

Nähere Informationen zu Affective Markets finden Sie auf https://affectivemarkets.com .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf https:// www.leisure.at . (Schluss)