



Radar – Das psychografische Profil der Schweiz. Bewährt seit 1974.

Die Radar-Psychografie ist ein seit über 40 Jahren bewährtes Instrument von DemoSCOPE, um Personen nach ihren Werthaltungen zu segmentieren.

In der Psychografie wird versucht, eine Person und deren Charakter so vollständig wie möglich zu beschreiben. Im Kontext des Marketings ist dies äusserst interessant, da die klassischen soziodemografischen Zielgruppendefinitionen nicht mehr reichen für eine professionelle Produkt- oder Markenpositionierung. Die entscheidenden Bestimmungsfaktoren für das Kauf- und Konsumverhalten sind vor allem die Wertvorstellungen der Konsumenten. Diese bestimmen, welche Art Marketing, welche Positionierung und welcher Stil der Ansprache für eine gegebene Zielgruppe adäquat sind, und genau das erhebt die Radar-Psychografie.

Bereits 1974 hat DemoSCOPE unter dem Namen PKS – Psychologisches Klima der Schweiz mit der Trendforschung begonnen, aus der die heutige Radar-Psychografie hervorgeht. 2007 integrierte auch die WEMF AG für Werbemedienforschung die Radar-Psychografie in ihr MACH Forschungssystem. Die Segmente der Radar Psychografie bewegen sich auf den Dimensionen progressiv/konservativ und innen/ausser und lassen eine gezielte und genaue Segmentierung zu.

Ihre Vorteile

- Geeichter Psychografie-Test
- Verlässlich und genau seit 1974
- Lernen Sie Ihre Kundschaft besser verstehen
- Passen Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen zielgruppenspezifisch an



DemoSCOPE garantiert höchste Datenqualität

Zertifiziert nach ISO 20252:2019 für Markt-, Meinungs- und Sozialforschung.

Das Psychogramm

Der **Psychografische Raum** ist eine Anordnung von Werthaltungen im zweidimensionalen Raum mit den Achsen «**progressiv – konservativ**» und «**aussengerichtet – innengerichtet**».

Das **Psychogramm** unterteilt den Psychografischen Raum in elf populationsmässig gleich grosse Felder. Jedes dieser Felder wird durch bestimmte Werthaltungen, unterschiedliche Kommunikationsformen oder Konsumstile geprägt.



Sie wollen die Radar-Psychografie im Kontext der Werbewirkungsforschung verwenden? Dann haben wir mit dem Media Pathfinder das ideale Produkt für Sie.

Kontaktieren Sie uns für weitere Informationen und eine umfassende Beratung.



Ihr Ansprechpartner

René Brawand

+41 41 375 42 43

rene.brawand@demoscope.ch