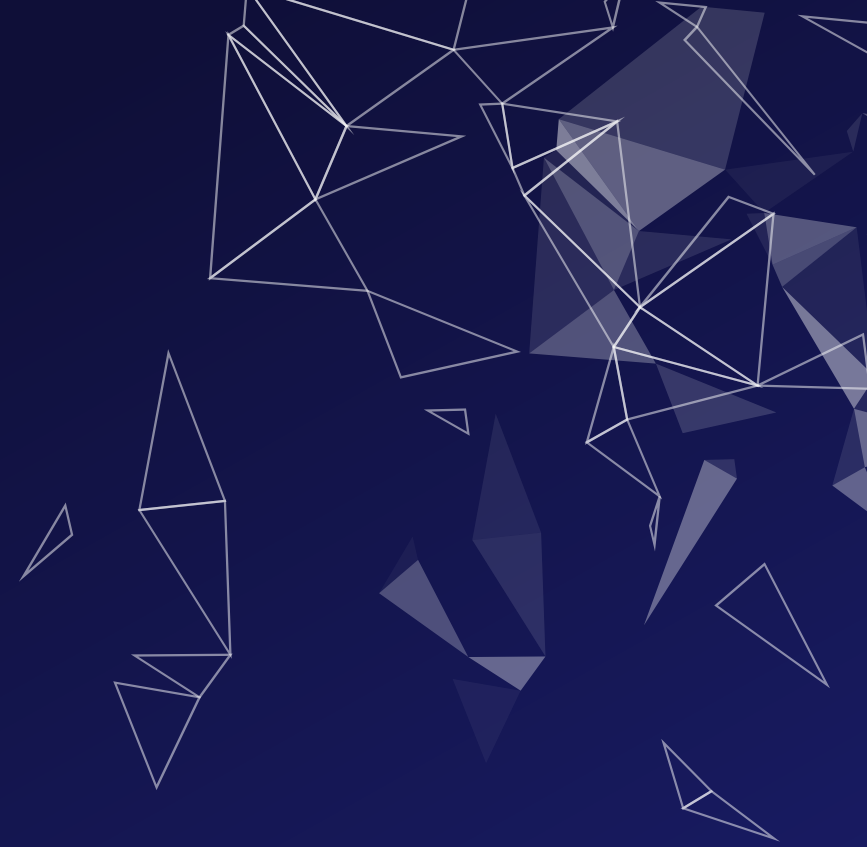


LESER/USER-TEST

EINE AKTION mit **Computer**
Bild

konzipiert von **media impact_**
dem kreativsten kundenverstehender
deutschlands_



COMPUTERBILD.DE – ZIELGRUPPE & REICHWEITE



10,86 Mio. User



66 % männlich



20,38 Mio. Views



52 % im Alter
20-49 Jahre



35,30 Mio. Pl's



71% Einkommen
> 3.000 € im 2030P

DER EXPERTE
AUF DEM GEBIET DER TECHNIK

VERTRAUEN AUF HÖCHSTEM NIVEAU

Als vertrauenswürdige und starke Marke gibt COMPUTER BILD selbstbewusst klare Empfehlungen und Einschätzungen zu Techniktrends und zeigt, wie Technik Spaß und Lebensfreude bringt und das Leben leichter macht.

RELEVANTE UMFELDER

Themen rund um Computer, Smartphones, Smart Home, PC- und Konsolenspiele, Audio, Video, TV und Fotografie bieten das perfekte Umfeld für Ihre Marke.

DAS KONZEPT

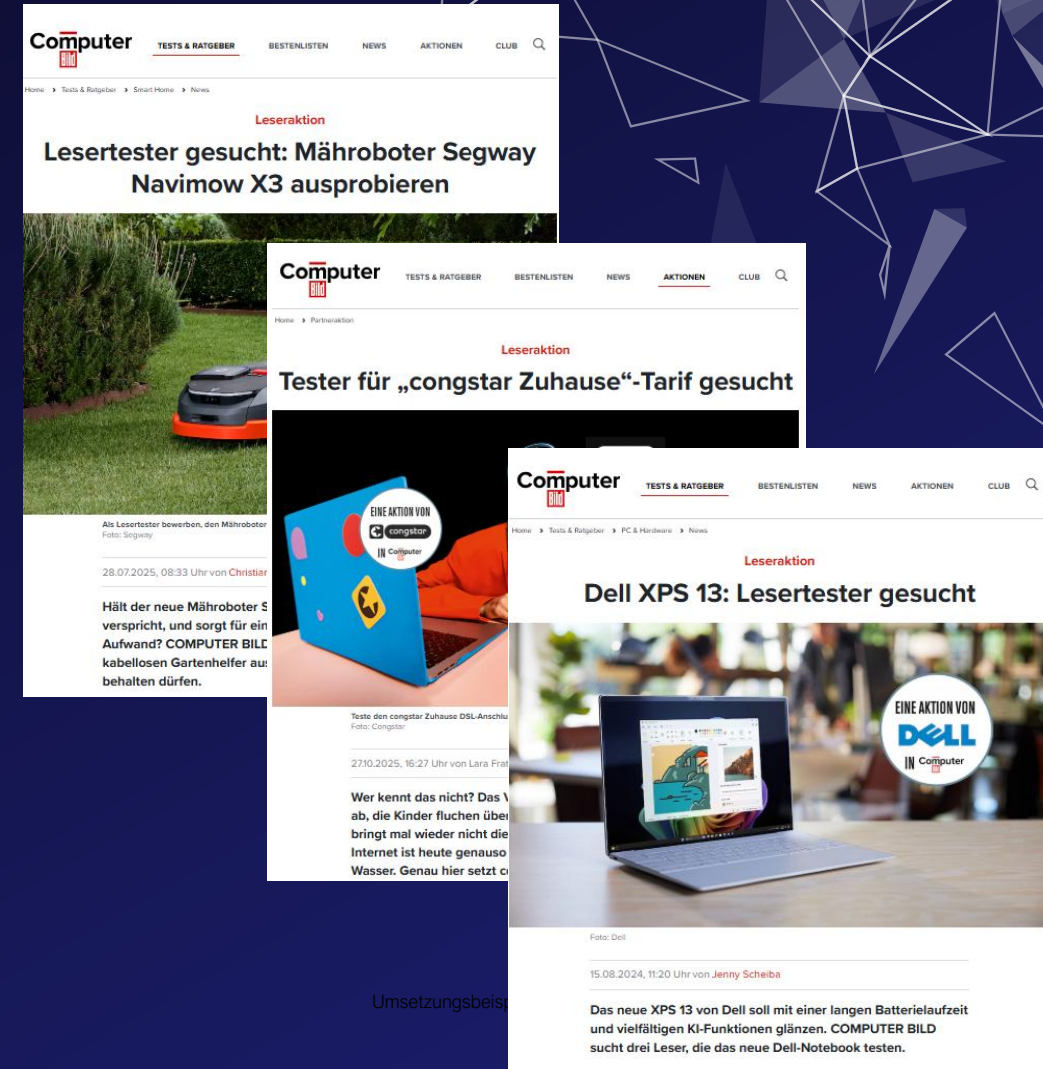
Unser Partner eröffnet den Usern die besondere Möglichkeit, eines seiner innovativen Produkte hautnah zu erleben und intensiv zu testen.

Über eine exklusive Aktion auf unserer Website können sich interessierte User für dieses einzigartige Produkterlebnis bewerben.

Die Redaktion* unterstützt, begleitet und organisiert den Testablauf:

- Aufruf zur Teilnahme
- Auswahl und Benachrichtigung der Teilnehmer
- Begleitung des Tests
- Auswertung & Veröffentlichung der Erfahrungsberichte

*Inhalt, Art und Umfang obliegt der Redaktion und sind eine freie, redaktionelle Leistung. Diese ist abhängig von der Relevanz sowie dem jeweiligen Mehrwert für die Nutzer.



Umsetzungsbeispiel

DER ABLAUF

In den Medien der COMPUTER BILD-Gruppe wird via Online / Mobile / Social Media und Newsletter zum gemeinsamen Produkttest aufgerufen.

Die danach ausgewählten User bewerten die Performance des Produktes und dokumentieren ihre Erfahrungen.

Den Testbericht senden die Tester an die Redaktion.

In einer Nachberichterstattung greift die Redaktion das Leserfeedback auf.

Das Produkt verbleibt als Dankeschön bei den Testern.



DAS EMPFEHLUNGSMARKETING

Lesertester erhöhen die Glaubwürdigkeit der Testaussagen.

Begleitend zur redaktionellen Leseraktion hat der Partner die Möglichkeit exklusive Aktionsseiten (z.B. Produktstorys) und Online-Media zu schalten, welche das gemeinsame Aktionslogo inkl. COMPUTER BILD-Logo tragen.

Die Maßnahmen bieten dem Partner die Möglichkeit, die Aktion für die eigene Markenkommunikation zu nutzen.

Die Redaktion erteilt die Erlaubnis zur Nutzung des gesamten co-gebrandeten Logo-Materials.

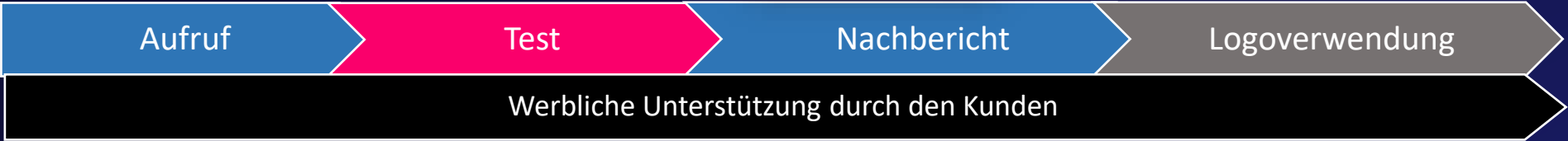
Inhalt, Art und Umfang obliegt der Redaktion und sind eine freie, redaktionelle Leistung. Diese ist abhängig von der Relevanz sowie dem jeweiligen Mehrwert für die Nutzer.



- Ihr Vorteile:**
- Hohe Glaubwürdigkeit durch echte Nutzererfahrungen
 - Exklusive Co-Branding-Möglichkeiten
 - Positive Markenwahrnehmung im Technik-Umfeld



DER ÜBERBLICK



Aufruf und Auswahl der Tester

Redaktionell begleiteter Test

Nachbericht mit Tester-Feedback

Empfehlungsmarketing: Logoverwendung für Markenkommunikation

Inhalt, Art und Umfang obliegt der Redaktion und sind eine freie, redaktionelle Leistung. Diese ist abhängig von der Relevanz sowie dem jeweiligen Mehrwert für die Nutzer.