

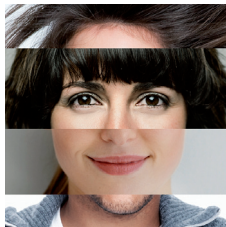


## LOVE SCORE

Entdecken Sie die emotionalen Treiber Ihrer Zielgruppe!

### Was ist LOVE SCORE?

Jeder kennt den Zettel mit den drei Antwortkästchen: Willst du mit mir gehen? Ja? Nein? Vielleicht? Es ist die simpelste Art herauszufinden, was möglich ist. Eine Frage, die für Menschen untereinander ebenso relevant ist wie zwischen Menschen und Marken. LOVE SCORE übersetzt diesen guten alten Zettel in Marke und Forschung. So ermitteln wir, wie es um die Beziehung zwischen Ihrer Zielgruppe und Ihrer Marke steht. Und warum.



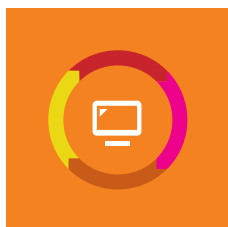
#### Beziehung zur Marke

Entfernte Bekannte? Enge Freunde? Heiße Affäre? Nervige Ex? Eine Beziehung zwischen Konsument und Marke ist genau das: eine Beziehung. Und so untersuchen wir sie. Denn wer weiß, was die Zielgruppe empfindet, kann sie richtig ansprechen. Damit ein Kontakt mit ihr kein Quickie bleibt, sondern etwas Festes wird.



#### Emotion in Zahlen

Wie ist die Beziehung? Warum ist sie so? Welche emotionalen Treiber stecken hinter Markenpräferenz und Kaufbereitschaft? Um das herauszufinden, kombinieren wir klassische Research-Größen (wie Brand Image und Kaufbereitschaft) mit emotionalen Einordnungen.



#### Effizienz und Qualität

LOVE SCORE arbeitet mit einem qualitativ hochwertigen Online-Panel und einer umfangreichen Rekrutierungsdatenbank. Deswegen erhalten Sie ihre Auswertung schon circa fünf Werktage nach dem Briefinggespräch. Und das zu einem Preis, den man einfach lieben muss.

### LOVE SCORE – Auf den Punkt

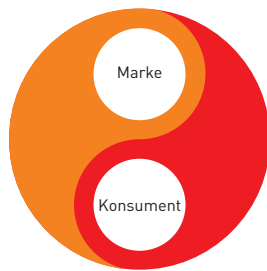
- ✓ Entscheidungen werden fast immer emotional getroffen
- ✓ Love Score findet die entscheidenden Treiber dahinter
- ✓ Anschauliche und leicht verständliche Auswertung durch Analogien zu zwischenmenschlichen Beziehungen
- ✓ Schnelle Ergebnisse schon ab 2.990 EUR



# LOVE SCORE

Entdecken Sie die emotionalen Treiber Ihrer Zielgruppe!

## Wie funktioniert LOVE SCORE?



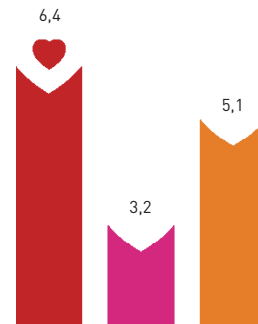
### Beziehungen messbar machen

LOVE SCORE setzt dafür auf eine Kombination aus klassischen Research-Werten wie Brand Image, Uniqueness oder Kaufbereitschaft und emotionalen Einordnungen. So können wir nicht nur genau ermitteln, in welchem Beziehungsmuster (Zweckgemeinschaft, Freundschaft, Liebe etc.) Marke und Zielgruppe leben. Sondern vor allem, welche emotionalen Treiber (Vertrauen, Neugier, Leidenschaft, Neid etc.) dahinter stecken.

Denn diese emotionalen Treiber sind es, die letztendlich entscheiden, welches Produkt ein Konsument am liebsten hat.

### Zeit ist Geld

Die Umfragen werden direkt und unkompliziert online durchgeführt. Dafür nutzt LOVE SCORE einen ausgefeilten Fragenkatalog und einen Auswertungsalgorithmus, die fertig einsetzbar sind. Zur Auswahl der Testpersonen steht eine breit gefächerte Rekrutierungsdatenbank bereit. Aus ihr kann für jeden Test schnell eine exakt zur Zielgruppe passende Probandengruppe zusammengestellt werden. Deswegen liefert LOVE SCORE schon circa fünf Werktage nach dem Briefinggespräch die fertige Auswertung.



## Wer steht hinter LOVE SCORE?

Inspiziert von der Agentur GROSSE LIEBE entwickelten die Experten des Online-Marktforschungsinstituts MAFO.DE LOVE SCORE basierend auf wissenschaftlichen Standards.

**MAFO.DE** Das große Online-Marktforschungsunternehmen macht mit einem effektiven Team aus Soziologen, Psychologen, Betriebswirten und IT-Experten aus Daten in konkurrenzloser Geschwindigkeit Informationen – und das zu sehr günstigen Preisen.

**GROSSE LIEBE** „Make Love not Advertising“ ist nicht umsonst das Motto der Hamburger Kommunikationsagentur GROSSE LIEBE. Denn die Beziehung zwischen Marke und Zielgruppe ist der Hauptansatzpunkt all ihrer Arbeiten. Ein echter Wirkungsvorsprung – aber lässt sich das auch beweisen? Mit dieser Frage inspirierte die Agentur MAFO.DE zu LOVE SCORE.

### Interessiert?

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf.  
Telefon: +49 (0)40/468 66 69-19.  
Oder per E-Mail: [hello@lovescore-marktforschung.de](mailto:hello@lovescore-marktforschung.de)

LOVE SCORE c/o mafo.de · Neuer Wall 59 · 20354 Hamburg



Mitglied im  
Berufsverband Deutscher  
Markt- und Sozialforscher e.V.

Deutsche Gesellschaft für  
Online-Forschung e.V.