marketagent.

Tell me
why
why
why!

10
Gründe für die
Online-Forschung
mit Marketagent.

Ready, Set... GO GO GO

Schnelligkeit

Markt- und Meinungsforschung dient vielfach als Fundament für operative oder strategische Entscheidungen und hilft so das Fehlerrisiko zu minimieren und Flops zu verhindern. Da diese zunehmend schneller getroffen werden müssen, unterstützt die digitale Forschung Ihre Entscheidungsfindung zeitnah und liefert Ergebnisse bereits innerhalb von 48 Stunden.

Eyes, eyes, baby!

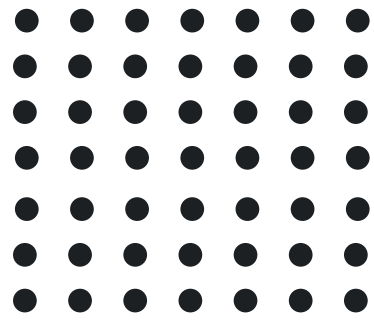
Visualisierbarkeit

Produktverpackungen, Anzeigen-Sujets, TV-Spots oder Regalsimulationen können problemlos in Online Fragebögen implementiert und abgetestet werden. Wo das Telefon als Erhebungsinstrument an seine Grenze stößt, fühlt sich die webbasierte Forschung wohl. Produkt- und Konzepttests, Werbeforschung oder Verpackungstests zählen daher seit jeher zu den wichtigsten Online Research Einsatzbereichen.

EASY PEASY!

Kosteneffizienz

Durch den Wegfall des Interviewers und die fortgeschrittene Automatisierung bei der Feldsteuerung und Berichtslegung punktet die digitale Erhebung mit Effizienz und Effektivität. Allen voran bei großen Stichproben, schwer erreichbaren Zielgruppen und länderübergreifenden Forschungsprojekten werden die Kostenvorteile besonders schlagend.



VICTORIA'S SECRET.

And Stefan's.
And Amida's.
And Nina's.
And Ino's.

Höhere Anonymitätswahrnehmung

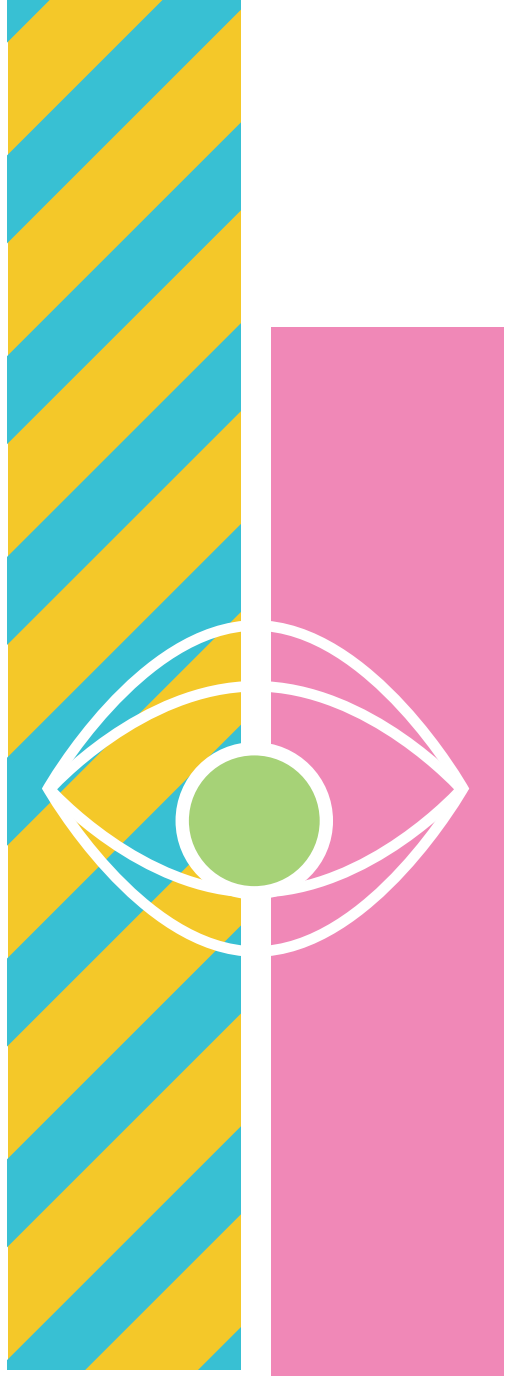
Sozial erwünschtes Antwortverhalten ist die Kehrseite von Befragungen. Bei Online Interviews ist dieser Effekt durch die geringere wahrgenommene Präsenz des Interviewers vergleichsweise gering ausgeprägt. Insbesondere bei heiklen Themen empfiehlt sich daher der Einsatz der digitalen Forschung.

The place to be asked.

Höhere Internetdurchdringung

Nahezu neun von zehn Österreicher*innen unter 70 Jahren nutzen zumindest fallweise das Internet und sind somit durch unser Instrumentarium erreichbar. Während die telefonische Erreichbarkeit via Festnetz und das Antwortverhalten am Mobiltelefon zurückgehen, steigt die Internetpenetration stetig. Dies hat dazu beigetragen, dass die Online Befragung zum weltweit wichtigsten Erhebungsinstrument wurde.

Insights



inside.

Erreichbarkeit von Nischenzielgruppen

Wir kennen unsere Panelist*innen anhand von bis zu 150 Charakteristika und Eigenschaften. Egal, ob Sie Vegetarier*innen, Raucher*innen, Hundehalter*innen oder BMW-Fahrer*innen befragen möchten, wir erreichen Ihre Zielgruppe nahezu streuverlustfrei und sparen damit Zeit und Kosten.

SUPERSIZE MY PANEL!

Riesiger Befragungspool

Bei rund 2.500.000 befragungswilligen Konsument*innen in unserem Befragungspool sind Überforschung und Profitester*innen kein Thema. Über Zeitsperren gewährleisten wir eine homogene Panelauslastung und stellen sicher, dass ausreichend Abstand zwischen den einzelnen Umfrageteilnahmen liegt. Pro Tag begrüßen wir rund 2.000 neue Teilnehmer*innen, die darauf warten, Ihre Fragen zu beantworten.

WANNA JOIN?

On- und Offline Rekrutierung

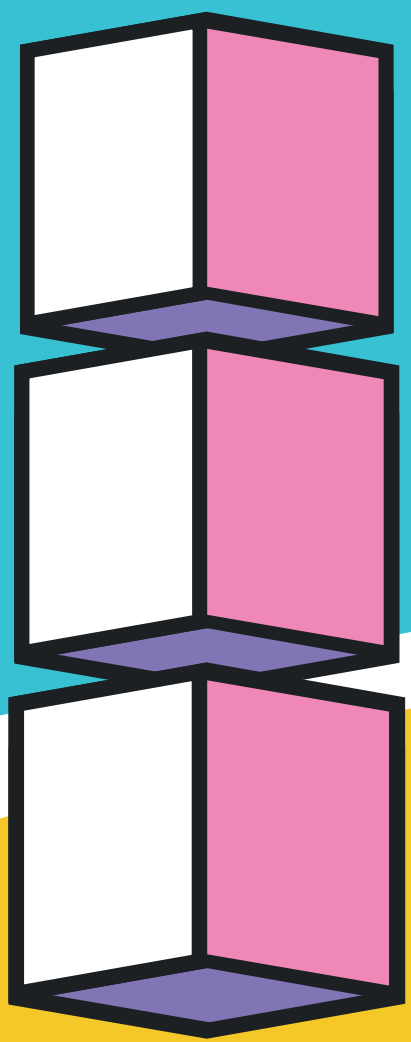
Um Verzerrungen in Richtung Internet-vielnutzer*innen zu reduzieren, haben wir das wohl umfassendste Rekrutierungs-programm fernab des WWW implementiert. Unser crossmedialer Ansatz umfasst aktuell Hörfunk, Plakat, Fernsehen und Print. Dieser breite Mix bei der Panelanwerbung stellt sicher, dass wir die Bevölkerung mit unseren Stichproben strukturgleich abbilden können.

72 Länder aus einer Hand:

Der ISO-zertifizierte Marketagent Online Access Pool deckt mittlerweile 72 Märkte über eigene, selbst rekrutierte Panelkapazitäten ab. Länder-übergreifende Projekte gehören daher seit jeher zu unseren Forschungsschwerpunkten. Nie zuvor konnten Multi-Country-Studien so effizient über einen Ansprechpartner realisiert werden.

We are addicted to methods.

methods.



20 Jahre Methodenkompetenz

Seit dem Jahr 2000 widmen wir uns mit Herzblut der digitalen Forschung und sehen uns gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer. Unser interdisziplinäres Team aus Soziolog*innen, Psycholog*innen, Betriebswirt*innen und IT-Expert*innen umfasst rund 30 Personen und verspricht maximale Kunden-orientierung und Methodenkompetenz.

Marketagent:

WORAUF SIE SALEN KÖNNEN!

- Ideenscreening | Konzepttests
- Product Launch Controlling
- Produkttests
- Online Home Use Tests
- Pricing-Forschung
- Verpackungstests
- Logotests
- Namenstests
- Claim- und Slogantests
- Usage & Attitude Studien | Motivanalysen
- Marktsegmentierung | Zielgruppenanalysen
- Markenkernanalysen | Brand Positioning
- Werbemittel-Pretests
- Werbemittel-Posttests
- Trackingstudien
- Testimonialtests
- Kundenbefragungen
- Mitarbeiterbefragungen
- Websitetests
- Online Conjoint Measurement
- Studien mittels Point of Sale Rekrutierung
- Cover Optimizer
- picture.PROOF

CALL ME!

HI, HI, HI!

+43 2252 909 009
marketagent.com
info@marketagent.com

Marketagent.com online reSEARCH GmbH, Layout: stroblbinder, Druck: Print Alliance HAV Produktions GmbH, Bad Vöslau