

# **Was uns im Herbst 2021 bewegt**

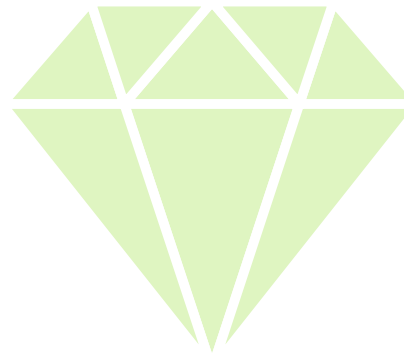


**marketagent.**

# BRAND.Diamonds

1.200 MARKEN, 50 BRANCHEN, 270.000 INTERVIEWS

... das sind die Eckpfeiler der größten Markenstudie des Landes. Auf Basis unseres App Tools werden Österreichs Top-Marken ermittelt. Die Besten der Besten werden zertifiziert und dürfen offiziell das Siegel „BRAND.Diamond“ tragen.



# picture.PROOF

EIN BILD SAGT MEHR ALS 1.000 WORTE

Über eine innovative Research App dokumentieren unsere Panelist\*innen ihren Alltag oder Erfahrungen am POS via Fotos und Videos. Qualitative und quantitative Marktforschung verschmelzen durch dieses Crowdfunding-Tool.



# Omnibus Abo

JETZT MITFAHREN

Unser Web-Omnibus startet jeden letzten Freitag im Monat und umfasst 500 Netto-Interviews. Über ein Abo-Modell können Sie bei jedem Durchgang zu besonders günstigen Konditionen dabei sein und 20 Prozent sparen. Beliebtes Anwendungs-beispiel: Monatlicher Content für Ihre PR-Arbeit.



# Online-Fokusgruppen

## QUALITATIVE FORSCHUNG 2.0

Gruppendiskussionen im Internet liefern vergleichsweise mehr Content, profitieren von einer breiten geografischen Verteilung der Teilnehmer\*innen und bestimmte Inhalte können im Anschluss an die Gruppe noch in einem asynchronen Forum vertiefend diskutiert werden.



# Panelgröße

## SIZE MATTERS

Das ISO-zertifizierte Marketagent Online Access Panel umfasst aktuell 2.300.000 befragungswillige Konsument\*innen aus 75 Ländern. Über ein breites Spektrum an on- und offline Aktivitäten rekrutieren wir täglich rund 1.800 neue Panelteilnehmer\*innen. Es ist das größte seiner Art in Österreich.



# Crossmediale Rekrutierung

## BREITER MIX

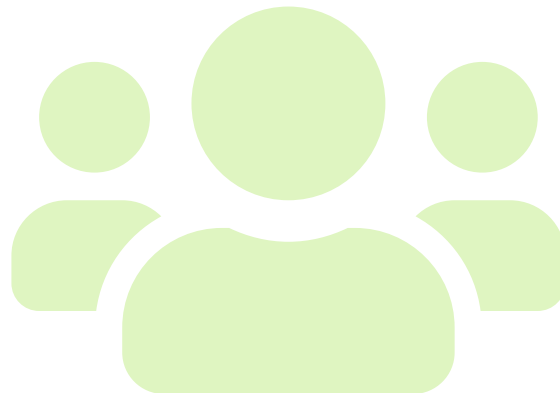
Um die Gesamtbevölkerung über ein Access Panel abzubilden, reicht eine reine Online-Rekrutierung von Umfrage-Teilnehmer\*innen nicht aus. Marketagent forciert daher seit jeher eine Vielzahl von Offline-Aktivitäten und bedient mit dabei sämtliche Kanäle abseits des WWW: Radio-, TV-, Print- sowie Plakatwerbung



# Marketagent Community

MEHR ALS NUR MEINUNGSLIEFERANT\*INNEN

Marketagent lässt den Community Gedanken hochleben und stärkt so die Loyalität zu seinen Panelisten. So können Mitglieder selbst in die Rolle der DemoskopInnen schlüpfen und eigene Mini-Umfragen erstellen, sich im Rahmen von Challenges unter Beweis stellen und sich über aktuelle Themen austauschen.

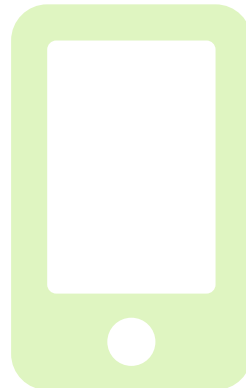




# Mobile Research

## MOBILE FIRST

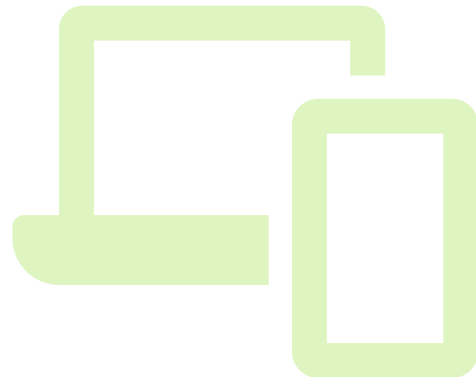
Die Marketagent App bietet bereits mehr als zehn inhouse entwickelte Mobile Research Tools, über die die Panelisten auf intuitive Art und Weise Marken, Slogans oder Testimonials bewerten sowie spannende Einblicke in ihren Alltag als Konsument\*innen gewähren. Hohe Fallzahlen, kurze Projektzyklen und Längsschnittstudien können so in einer völlig neuen Dimension realisiert werden.



# Responsive Design

## ONLINE UND MOBILE VERSCHMELZEN

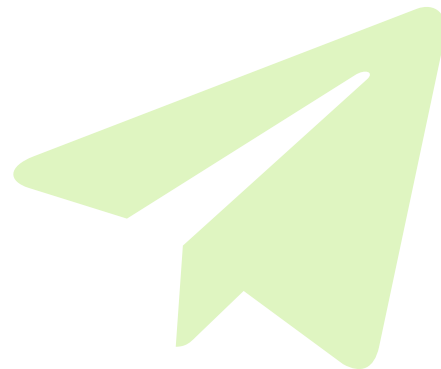
Je nach verwendetem Endgerät erhält jede\*r Teilnehmer\*in unsere Fragebögen optimiert dargestellt. Spezielle Fragetypen für das Smartphone (z.B.: Tinder-Swift) tragen den aktuellen Entwicklungen Rechnung, dass zunehmend mehr Befragungen über das Mobiltelefon beantwortet werden. Shift happens!



# Messenger Einladungen

## UMFRAGE-EINSTIEG LEICHT GEMACHT

Speziell bei jungen Menschen hat die Kommunikation via E-Mail an Attraktivität verloren. Neben einer eigenen App hat Marketagent daher eine Messenger-Schnittstelle entwickelt, um auch über Telegram & Co zu Umfrageprojekten einzuladen.



# Location-Based Research

## GPS-DATEN-GESTÜTZTE STICHPROBENZIEHUNG

Über Push-Nachrichten werden Umfrage-Einladungen auf Basis der aktuellen Position auf das Smartphone versendet. Mittels Geo-Targeting können so beispielsweise Besucher\*innen bestimmter Sehenswürdigkeiten oder Einkaufszentren befragt werden.



# Panel Pre-Targeting

## NISCHENZIELGRUPPEN EFFIZIENT BEFRAGEN

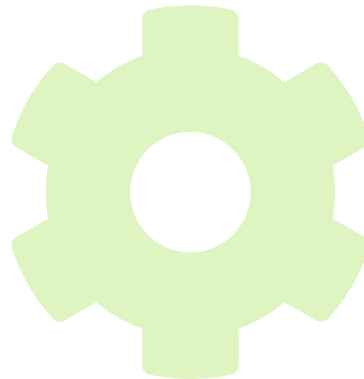
Wir sammeln bis zu 150 Charakteristika und Stammdaten zu jedem Panelmitglied und können so beispielsweise Raucher\*innen, Cabrio-Fahrer\*innen, Hundehalter\*innen oder Kreditkartenbesitzer\*innen streuverlustfrei zu Umfragen einladen.



# Automatisiertes Feld

QUALITY FIRST | MEHR ALS 300 QUOTEN

Die Stichprobenziehung erfolgt zwischenzeitlich weitestgehend automatisiert, was eine deutlich exaktere Abbildung der Grundgesamtheit erlaubt. So wird nicht nur die Effizienz gesteigert, sondern insbesondere die Samplequalität maßgeblich erhöht. Daraus resultiert eine klassische Win-Win-Situation mit Kosteneinsparungen auf der einen und Qualitätssteigerungen auf der anderen Seite.



# Ausgezeichnete Marktforschung

## ONLINE RESEARCH AT ITS BEST

Nach Verleihung des Staatswappens 2018 wurde Marketagent im darauffolgenden Jahr in das hochkarätige Netzwerk Leitbetriebe Austria aufgenommen. Zwei Awards bei den Austria's Leading Companies und die Auszeichnung als familienfreundlicher Arbeitgeber runden das erfolgreiche Profil ab.



# Social Engagement

## MORE THAN A RESEARCH AGENCY

Frei nach diesem Motto setzt sich Marketagent konsequent für die gute Sache ein. Neben diversen Spendenpartnern im Rahmen der Incentivierung, holten die Marktforscher u.a. den „Social Friday“ nach Österreich, pflanzen Bäume mit „tredom“ und „Grow my Tree“, erfüllen Herzenswünsche mit „Make A Wish“ und schenken in Zusammenarbeit mit „Licht für die Welt“ pro beauftragten Kundenprojekt ein Augenlicht.





**einfach  
schnell  
fragen.**

**Lisa Patek, MSc**  
**Marketing & PR**

[l.patek@marketagent.com](mailto:l.patek@marketagent.com)

02252 909 009 28

Mühlgasse 59

2500 Baden

[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)

**marketagent.**