



Hohe Anforderungen – hoher Erkenntnisgewinn

INNOFACT B-to-B-Befragungen

Aus einer Vielzahl von Studien in der Vergangenheit hat **INNOFACT** ein valides Instrumentarium entwickelt, mit dem B-to-B-Fragestellungen im Rahmen von Marktforschungsprojekten schnell und zuverlässig umgesetzt werden können.

Auftraggeber aus verschiedenen Branchen vertrauen seit Jahren auf Befragungen mit **INNOFACT** B-to-B-Stichproben. So sichern sie sich entscheidende Vorteile in hart umkämpften Märkten.



Marktforschung mit Geschäftskunden-Stichproben

Verschiedene Methoden der Teilnehmerrekrutierung

■ CATI-Befragungen:

Traditionell werden weiterhin viele B-to-B-Studien als reine Telefonbefragungen (CATI) durchgeführt: Die Probanden werden per Telefon rekrutiert und auch das Interview findet telefonisch statt.

■ Hybrid-Befragungen:

Eine weitere Option sind Hybrid-Befragungen: Die Interviewer sprechen die Probanden telefonisch an und versuchen, sie für ein Online-Interview zu gewinnen. Die Probanden haben in der Regel auch bei Hybrid-Befragungen die Wahl, das Interview telefonisch durchzuführen. Eine Hybrid-Befragung ermöglicht zumindest einem Teil der Befragten, die Vorteile eines Online-Interviews zu nutzen: Freie Wahl der Zeit und des Ortes der Befragung, dadurch authentisches Antwortverhalten und höheres Engagement und Commitment der Befragten.

■ B2B- und Spezialpanels

Die Rekrutierung von speziellen Zielgruppen ist im B-to-B-Umfeld immer wieder eine Herausforderung. **INNOFACT** hat vorselektiert einige Probandengruppen wie IT- bzw. Telko-Entscheider oder Geschäftsführung Mittelstand in Panels. Wir prüfen gerne, ob wir auch über Ihre Zielgruppe verfügen.

■ Xing-Rekrutierung

Es gibt Zielgruppen, die in keinem Panel vertreten sind. Hier setzt unsere „Xing-Rekrutierung“ an. **INNOFACT** verfügt über weitreichende Erfahrungen bei der Ansprache von Entscheidern in sozialen Medien und hat einen bewährten Prozess entwickelt, um schwer zu erreichende Personengruppen für Befragungen zu gewinnen.

Rekrutierung und Durchführung im CATI-Studio

Alle Interviewer/innen, die Probanden für B-to-B-Studien rekrutieren, sind speziell geschult und sind in der Lage, auch schwierig zu erreichende Zielgruppen für eine Befragung zu gewinnen.

INNOFACT nutzt für die Studien je nach Ausgangslage entweder Adressen, die der Auftraggeber zur Verfügung stellt (z. B. von Kunden), oder es werden nach präzisen Vorgaben die Ansprechpartner/innen in den Unternehmen recherchiert.

Das institutseigene CATI-System ist eine Eigenentwicklung und wurde speziell für den Einsatz bei B-to-B-Studien optimiert. Es bietet Kunden unter anderem folgende Vorteile:

- Plausibilitätsprüfungen und Berechnungen während des Interviews.
- Dokumentation der Kontakt- und Interview-„Historie“.
- Sample-Management und Terminüberwachung.
- Automatisierte Reminder-Funktionalitäten.
- Mehrsprachenfähigkeit.
- Multi-Method-Option – Nahtlose Nutzung des Fragebogens auch als Online-Interview.

Foto: Fotolia.de