



## BRANCHEN



Auf Marktforschung setzen –  
Marktvorsprung erzielen

**INNOFACT** Geschäftsbereich  
Energie- und Mobilitäts-  
marktforschung

Zielsetzung der **INNOFACT Energie- und Mobilitätsmarktforschung** ist es, Unternehmen der Energie- und Mobilitätsbranche mit spezialisierten Marktforschungslösungen punktgenau zu unterstützen und zum notwendigen Erfolg zu verhelfen. Denn **INNOFACT** ist der kompetente und verlässliche Partner mit hoher fachlicher und methodischer Expertise sowie umfassender Projekt- und Markterfahrung im Bereich Energiewirtschaft. Als Full Service-Dienstleister unterstützen wir Sie während des gesamten Projektverlaufs mit energie- und mobilitätswirtschaftlich ausgebildeten Marktforschern und Beratern.

Stadtwerke, Energieversorger, Hersteller technischer Gebrauchsgüter, Ingenieurbüros sowie Kommunen, Verbände und Organisationen der Energie- und Heizungswirtschaft nutzen die Zusammenarbeit mit **INNOFACT**, um ihre Bekanntheit und ihr Image zu überprüfen, die Wünsche ihrer Kunden zu erforschen und von ihren Angeboten und Leistungen zu überzeugen. So sichern sie sich bereits heute entscheidende Wettbewerbsvorteile in bestehenden und zukünftigen Märkten.

DAS MARKTVORSPRUNGSINSTITUT.

INNOFACT  AG

BRANCHEN

Energie und  
Mobilität



# Mit Marktforschung zum Erfolg im Energie- und Mobilitätsmarkt

Die **INNOFACT** Energie- und Mobilitätsmarktforschung bietet Unternehmen der Energie- und Mobilitätsbranche umfassende und zuverlässige Lösungen, die genau auf den Bedarf und die Anforderungen der Auftraggeber abgestimmt sind.

## Mögliche Fragestellungen

- Wie zufrieden und loyal sind meine Kunden, welche Teilprozesse sind verbesserungswürdig, wie können bestehende Kunden gebunden und verlorene Kunden zurückgewonnen werden?
- Welche Erwartungen haben relevante Zielgruppen wie Grundversorgungskunden, Innovatoren/First Mover oder Digital Natives – etwa bei der Absicherung des Kerngeschäfts und der Geschäftsentwicklung?
- Durch welche Produkte und Dienstleistungen lässt sich das bestehende Angebot profitabel ergänzen und wie wird sichergestellt, dass der Produktentwicklungsprozess die Ideen, Anforderungen und Erwartungen Ihrer Kunden einbezieht (Design Thinking, Qualitätsmanagement)?
- Wie gestaltet sich die Customer Journey von der Informationsgewinnung bis zur Kaufentscheidung, welche Kanäle sind zielgruppenrelevant?
- Wie ist die tarif-, produkt- und dienstleistungsspezifische Preisbereitschaft der Zielgruppe in Euro ausgeprägt? Wo liegt der optimale Preis?
- Wie ist die Unternehmensmarke derzeit positioniert, welches Image und welche Markenstärke besitzt sie und welche Markentreiber sind für Re-Positionierungsmaßnahmen relevant?

- Welche Potenziale bieten neue Themen wie erneuerbare Energien, Smart Home inkl. Ambient Assisted Living und die Digitalisierung im Sinne profitabler Geschäftsmodelle?

## Zielgruppen (Ausschnitt)

- Privatkunden
- Energieentscheider Strom und Gas
- Anbieter von Mobilitätslösungen
- Promotoren/First Mover, Digital Natives
- Wohneigentümer
- Mieter
- Laienvermieter
- Nutzer von Gas-, Öl-, Elektrospeicherheizgeräten, Solaranlagen, Wärmepumpen und Fernwärme
- Elektro-, Erdgas- und LPG-KFZ-Fahrer
- Geschäftskunden, Gewerbetreibende, KMU, Kapitalgesellschaften

## Standardangebote

- Kundenzufriedenheit, -bindung und -begeisterung
- Verbrauchertypologien, Segmentierungen
- Markt-, Potenzial- und Wettbewerbsanalysen
- Innovationsforschung und Konzepttests
- Produkt- und Markengestaltung
- Website- und Internetstrategien
- Werbeforschung (Pre- und Posttests, Trackings)
- Mitarbeiterbefragungen zum Change Prozess
- Gemeinschaftsprojekte

Foto: Fotolia.de