



LÖSUNGEN



Zufriedene Kunden binden – INNOFACT Kundenpanels

Mit Befragungen in eigenen Kundenpanels und Customer Feedback Communities lassen sich Marktforschungserkenntnisse in hoher Qualität gewinnen. Sie liefern nicht nur wertvolle Daten und Informationen, sondern binden auch die eigenen Kunden und helfen bei der Erschließung von Neukundenpotenzialen.

INNOFACT hat über eigene Panels direkten Zugriff auf über eine halbe Million Verbraucher in ganz Deutschland und liefert auch bei kleinen Stichproben Ergebnisse in beeindruckender Tiefe. Auftraggeber aus verschiedenen Branchen nutzen seit Jahren die Zusammenarbeit mit **INNOFACT**, um eigene Kundenpanels und Customer Feedback Communities einzurichten und sich so entscheidende Wettbewerbsvorteile in hart umkämpften Märkten zu sichern.

LÖSUNGEN

Kunde

Kundenpanels



Vielseitige Vorteile und Möglichkeiten

INNOFACT Kundenpanels bieten eine Vielzahl an Vorteilen und Möglichkeiten. Sie erheben nicht nur kontinuierlich wertvolle Daten zur Steuerung der Marketingmaßnahmen, sondern helfen dabei auch, bestehende Kunden an das Unternehmen oder die Marke zu binden und neue Kunden von den Vorzügen der Marke zu überzeugen.

Kundenbindung

INNOFACT Kundenpanels sind ein sehr wertvolles Werkzeug zur Kundenbindung: Kunden fühlen sich ernst genommen, sie schätzen die Aufmerksamkeit und erreichen damit ein höheres Level der Verbundenheit mit dem Unternehmen. Denn Kunden, die als aktive Teilnehmer an einem Kundenpanel regelmäßig an Befragungen teilnehmen, weisen erfahrungsgemäß eine deutlich geringere Wechselneigung zum Wettbewerb auf als andere.

Neukundengewinnung

Unternehmen und Marken, die die Ergebnisse aus dem Kundenpanel umsetzen und auch entsprechend kommunizieren, können das eigene Markenimage signifikant verbessern. Zum einen, weil so eine Festigung der Kundenbeziehung stattfindet, indem Vertrauen aufgebaut wird und die bestehenden Kunden in ihrer Kaufentscheidung bestätigt werden, und zum anderen, weil dadurch die Chancen der eminent wichtigen Weiterempfehlung in Richtung Neukunden (Recommendation, Net Promoter Score) vergrößert werden.

Anwendungsbereiche

- **Produktforschung**
 Einordnung der Studien-Ergebnisse in eine Benchmark-Datenbank
- **Produktforschung**
 Conjoint- und Pricing-Studien
- **Potenzialanalyse Neuprodukte**
- **Churn Management**
 Beobachtung und Analyse der Kundenabwanderung
- **Konzepttests**
 Überprüfen von Produktideen und -modifikationen
- **Kundenzufriedenheitsmonitor**
 Einbindung von Kundenzufriedenheitsbefragungen in das System zum Qualitätsmanagement
- **Co-Creation-Ansätze**
 Kunden liefern Ideen und Skizzen für Produkte und Kommunikation
- **Wettbewerbs-Monitor**
 Analyse von Aktionen, Kontakten und Kommunikationsmaßnahmen durch Wettbewerber
- **Touchpoint-Studien**
 Zufriedenheit mit Orten des Kundenkontakts (Filiale, Callcenter etc.)
- **Beschwerde-Monitor**
 Teilnehmer können permanent Beschwerden abgeben und sich offen zum Unternehmen äußern