



BRANCHEN



Mit validen Daten zum Erfolg

Marktforschungslösungen für Fast Moving Consumer Goods aus dem Non-Food-Bereich

Im Bereich FMCG/Non-Food entfalten sich die Möglichkeiten von robuster und nach den Regeln der Kunst durchgeführter Marktforschung: Forschung zu Produkteinführungen, Pricing-Studien und Studien zu Markenführung bereiten den Boden, auf dem erfolgreiche Produkte wachsen.

INNOFACT arbeitet im FMCG-Bereich sowohl für große Unternehmen als auch für Mittelständler. Sieben der 20 größten werbetreibenden Unternehmen im Bereich FMCG sind Kunden der **INNOFACT**.

Unternehmen aus dem Bereich FMCG nutzen die Zusammenarbeit mit **INNOFACT**, um Ad Hoc-Studien, Trackings oder komplexe Studien zu erstellen. So sichern sie sich entscheidende Wettbewerbsvorteile in hart umkämpften Märkten.

LÖSUNGEN

Branchen
Non-Food



Professionelle Unterstützung in allen Dimensionen

Als eines der führenden Marktforschungsinstitute in Deutschland stellt sich **INNOFACT** den Anforderungen der Auftraggeber mit schnellen und direkt verwertbaren Ergebnissen, zuverlässiger und robuster Datenerhebung und einem hoch engagierten Team von Marktforschungsexperten. Als zuverlässiger Partner im Bereich FMCG ist **INNOFACT** seit Jahren dem Erfolg der Auftraggeber verpflichtet.

Nahtlose Prozess-Integration

INNOFACT Marktforschungsleistungen für Fast Moving Consumer Goods aus dem Non Food-Bereich werden nahtlos in die Prozesse und die Arbeitsweise der Auftraggeber eingebracht.

INNOFACT fungiert dabei sowohl als verlängerte Marktforschungs-Werkbank für kleinere und mittlere Unternehmen als auch direkt eingebunden in das Produkt-Management größerer Auftraggeber.

Vorteile

- **INNOFACT Leistungen** werden stets an die Anforderungen der Auftraggeber angepasst
- Marktforschungsergebnisse liegen schnell vor und sind direkt verwertbar
- Die Datenerhebung ist zuverlässig und robust
- Das **INNOFACT-Team** ist hoch engagiert und dem Erfolg der Kunden verpflichtet

Leistungen in der Dimension Preis

- Studien zur Preisbereitschaft
- Erforschung der Preissensitivität
- Conjoint-Studien
- Beschreiben von Preis-Absatz-Zusammenhängen

Leistungen in der Dimension Produkt

- Konzepttests
- Studien zur Sortimentsplanung
- Verpackungstests

Leistungen in der Dimension Kommunikation

- Pretests
- Trackings

Leistungen in der Dimension Distribution

- Promotiontests
- Mystery Shopping
- Sortimentschecks