



METHODEN



Online-Studien –
schnell, günstig und agil

INNOFACT
Online-Marktforschung

INNOFACT hat bereits 1997 das erste eigene Panel gegründet und versteht sich als Markt- und Qualitätsführer im Bereich der Online-Forschung.

Das Institut hat heute Zugriff auf über eine halbe Million Probanden im deutschsprachigen Raum sowie auf internationale Panel-Netzwerke sowohl im europäischen Ausland als auch weltweit.

Täglich führt **INNOFACT** Online-Studien durch, egal ob im lokalen Umfeld, auf nationaler Ebene oder auch als internationale Mehrländerstudie.

LÖSUNGEN

Methoden
Online-
Marktforschung



Online-Marktforschung ist der Gold-Standard

INNOFACT kommuniziert alleine in Deutschland regelmäßig mit über 500.000 Panelisten auf verschiedenen Kanälen: Je nach Untersuchungsdesign können die Befragten an ihrem PC, Laptop oder Smartphone an Befragungen teilnehmen. Die Vorteile mobiler Endgeräte werden immer dann genutzt, wenn es für den Untersuchungsgegenstand wichtig und sinnvoll ist und die Größe des Bildschirms keine Einschränkung für das Interview darstellt.

So funktioniert es

INNOFACT kümmert sich um die gesamte Prozesskette in einem Online-Projekt: von der Beratung zum Start eines Projektes über die Konzeption des Fragebogens bis hin zur Programmierung und statistischen Auswertung der Ergebnisse aus dem Feld:

- Fragebogenentwicklung und -abstimmung
- Programmierung der Online-Befragung (inkl. Filter, Rotationen, weiterer Tools wie Conjoint)
- Durchführung der Online-Interviews und Hosting der Befragung
- Incentivierung der Befragungsteilnehmer
- Datenhandling, Labeling, Bereinigung, Erstellung finaler Datensätze (Basis: SPSS/Excel)
- Lieferung eines Tabellenbandes (pdf oder Excel) mit sämtlichen zuvor definierten Aufrissen
- Erstellung eines ausführlichen Chartreports
- Persönliche Ergebnispräsentation und -diskussion mit Empfehlungen

Diese Prozessschritte gelten sowohl für nationale wie auch internationale Mehrländerstudien.

Gute Marktforschung braucht die besten Stichproben. **INNOFACT** nutzt Online-Stichproben aus den folgenden Quellen:

- Entscheiderclub: Das Online-Qualitätspanel mit neuester Technologie, ISO-Zertifizierung und deutschem Datenschutzlevel. Verfügbar in Deutschland, der Schweiz und in Österreich.

- Internationale Partnerpanels für zuverlässige Stichproben außerhalb Deutschlands.

Vorteile Online-Marktforschung

Panelbefragungen sind seit vielen Jahren der Industriestandard in der Marktforschung, mit dem viele Vorteile genutzt werden. Vorteile sind u.a.

- Kurze Durchlaufzeiten von Online-Marktforschungsprojekten bis zur Ergebnispräsentation
- Sauberes Screening: durch verdeckte Screening-Fragen wird sichergestellt, dass nur die gesuchte Zielgruppe zur Hauptbefragung zugelassen wird
- Keinerlei Interviewer-Einflüsse (Effekte der sozialen Erwünschtheit von Antworten werden minimiert). Anders als bei persönlichen Interviews, wo das Verhalten und Auftreten des Interviewers u.U. einen Einfluss auf das Antwortverhalten hat
- Authentischeres und ausführlicheres Antwortverhalten bei offenen Fragen. Die Befragten können in Ruhe nachdenken und sich die Zeit nehmen
- Möglichkeit, spezifische Themen im Interview auch zu visualisieren (über den Einbau von Logos, Produktabbildungen, Regale, Anzeigen, TV-Spots, Radiospots etc.)
- Komplexere Fragebogengestaltung durch intelligente Filterführungen und Fragetypen
- Kostenersparnis: Durch den Verzicht auf kostenintensivere Face to Face- oder Telefon-Interviews zugunsten von Online-Interviews entstehen erhebliche Kostenvorteile, die jedoch nicht mit einer Qualitätseinschränkung erkaufte werden
- Online-Stichproben sind repräsentativ: Ein breiter Bevölkerungsausschnitt reagiert auf Online-Befragungen
- Vielbeschäftigte Menschen und beruflich Involvierte sind gut erreichbar, weil viele Panel-Interviews am Arbeitsplatz durchgeführt werden und weil die Befragten zu einem Zeitpunkt ihrer Wahl teilnehmen können

Foto: Fotolia.de