



LÖSUNGEN

Mit Marktforschung
Wettbewerbe gewinnen

INNOFACT Pitchsupport

Mit dem **INNOFACT Pitchsupport** steigern Agenturen ihre Gewinnchancen bei Pitches und Wettbewerbspräsentationen signifikant. Denn Marktforschung mit Panelstichproben entfaltet vor allem dann ihr Potenzial, wenn es um schnelle, aber dennoch belastbare und repräsentative Ergebnisse geht.

INNOFACT ist erfahren in der Zusammenarbeit mit Agenturen und kennt die Anforderungen an Studiendesigns, um Ergebnisse in einer beeindruckenden Tiefe zu erhalten, ohne den begrenzten Kostenrahmen bei Pitches zu überschreiten.

Agenturen nutzen die Zusammenarbeit mit **INNOFACT**, um ihre Klienten bereits bei Pitches mit tiefgehenden Marktforschungserkenntnissen zum Produkt oder zur Marke zu überzeugen. So sichern sie sich entscheidende Vorteile in hart umkämpften Wettbewerben.

LÖSUNGEN

Werbung
Pitchsupport



Pretests und Pitchsupport einfach, schnell, günstig

Die wesentlichen Punkte sammeln Agenturen in Pitchsituationen mit ihrer kreativen Kraft, ihrer Beziehung zum Mandanten und aus der Qualität ihrer Präsentation. Wenn es jedoch darauf ankommt, liefert INNOFACT den entscheidenden Vorteil. Denn Auftraggeber sind beeindruckt, bereits in Wettbewerbspräsentationen zielgruppengenaue Marktforschungsergebnisse zu ihrem Produkt oder Marke zu erfahren. So wird Marktforschung für die Agentur zum echten Marktvorsprung.

Geschwindigkeit

Eine Studie zur Auswahl eines Konzeptes, Claims oder Visuals kann innerhalb von 48 Stunden mit einer Stichprobe von mehreren Hundert Probanden realisiert werden.

Authentizität

Eine Vielzahl von Studien zeigt, dass Probanden in einer Online Interview-Situation wesentlich freier, ausführlicher und authentischer antworten als in einer konventionellen Befragungssituation. Gründe dafür sind zum einen die Neigung der Probanden, ein telefonisches Interview oder eine Face to Face-Befragung möglichst schnell abzuschließen, und zum anderen die Neigung der Interviewer, sich mit der ersten Antwort zufrieden zu geben und nicht weiter zu fragen.

Hohe Grundgesamtheit

Ein breiterer Bevölkerungsausschnitt reagiert auf Online-Befragungen eher als auf telefonische oder Face-to-Face-Befragungen.

- Online-Befragungen werden zu erheblichen Teilen auch am Arbeitsplatz durchgeführt und erreicht im Gegensatz zu telefonischen Befragungen die arbeitende Bevölkerung sehr viel zuverlässiger.
- Bei Online-Befragungen können sich die Probanden den Befragungszeitpunkt weitgehend selbst aussuchen. Damit entfällt der Drop Out aufgrund fehlender Zeit, der bei konventionellen Verfahren vornehmlich die sozial stärkeren, arbeitenden und hoch involvierten Teile der Grundgesamtheit trifft.

Fehlerfreie Interview-Steuerung

Viele Fragen unterliegen einer Filterführung, so dass jeder Proband nur die Fragen sieht, die er auch plausibel beantworten kann. Filterführungen sind bei konventionellen Erhebungsverfahren häufig fehleranfällig. Bei Online-Studien entfällt diese Fehlerquelle.

Kostenvorteil

Durch den Verzicht auf die kostenintensiven CATI-Interviews zugunsten von Online-Interviews entstehen erhebliche Kostenvorteile ohne dabei auf Qualität verzichten müssen.