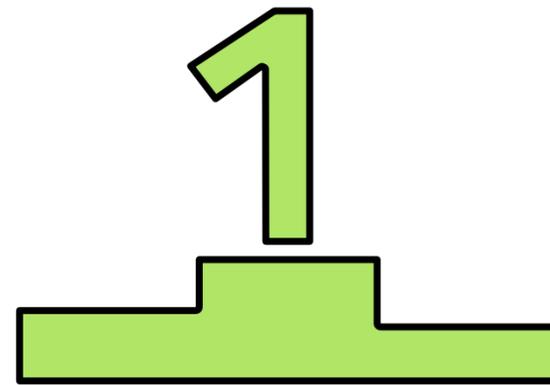


**Wir
generieren
Insights.**



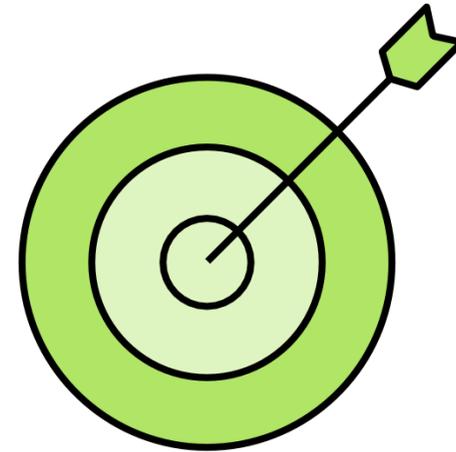
**einfach
schnell
fragen.**

Digital Research mit Herzblut



Pionier und Innovationsführer

4 zentrale Vorteile der Online-Forschung



Multimedialität

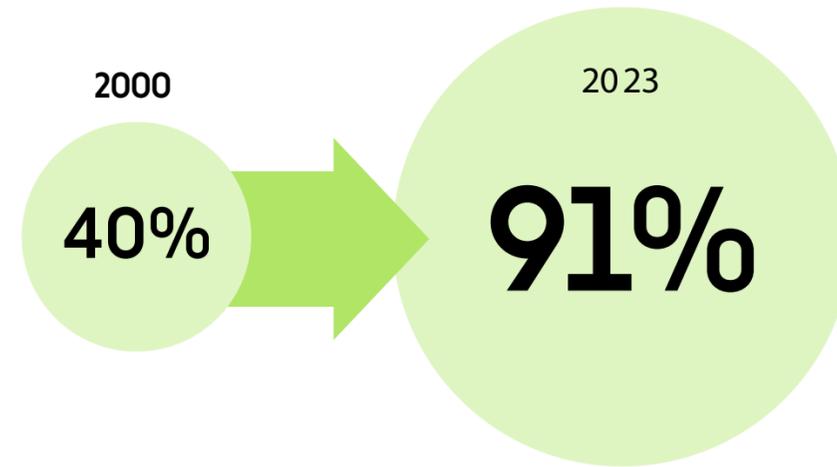
Schnelligkeit

Kosteneffizienz

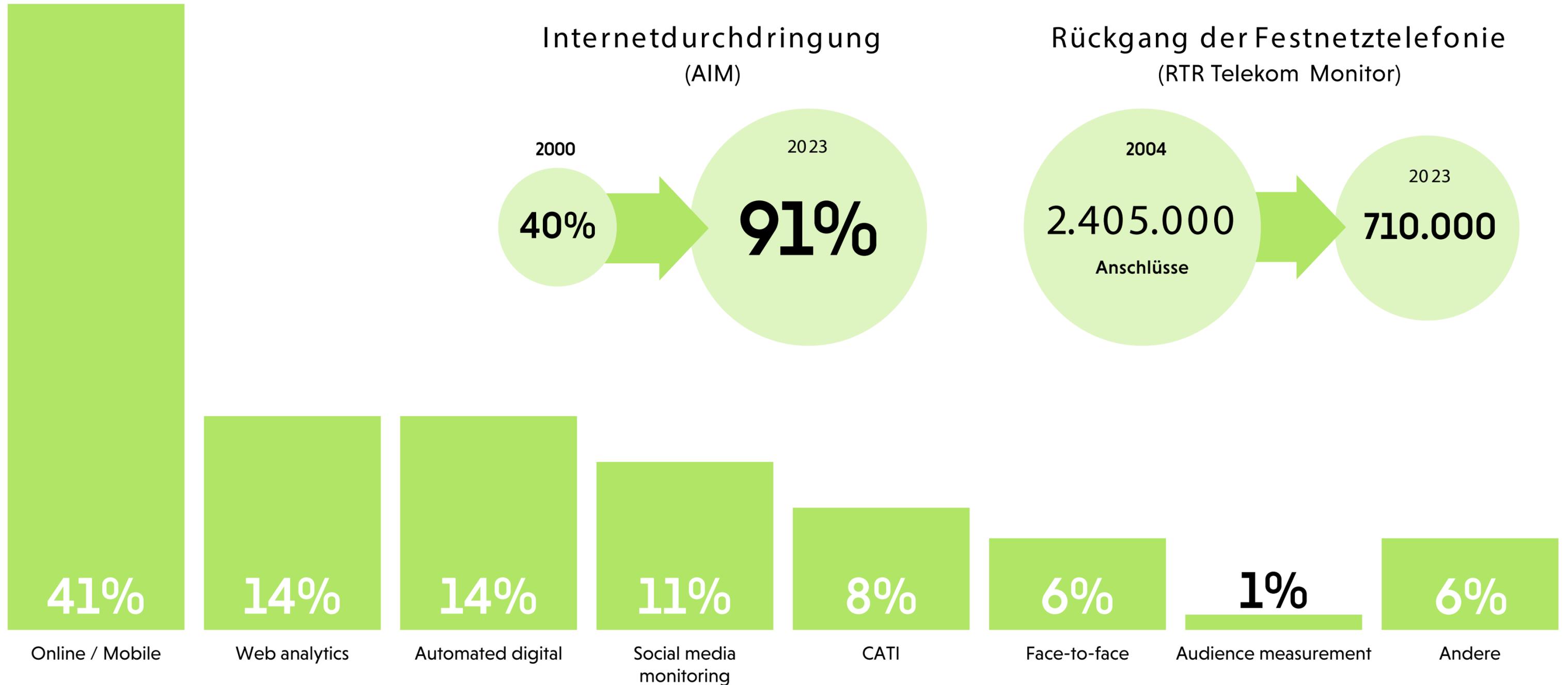
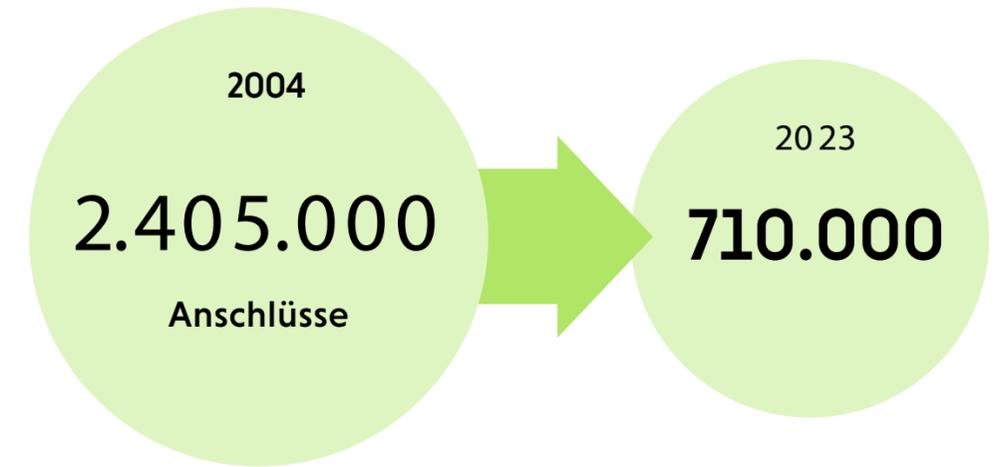
Streuverlustfreies Targeting

Methodischer Background

Internetdurchdringung
(AIM)



Rückgang der Festnetztelefonie
(RTR Telekom Monitor)



Umsatzverteilung weltweit (ESOMAR)

Eckdaten im Überblick

Online Access Panel mit

3.200.000

Teilnehmer*innen (+1.300 pro Tag)

1.300

Online-Studien pro Jahr

1.000.000

CAWI-Interviews pro Jahr

Mitarbeiter*innen und Standorte

Standorte in Österreich, der Schweiz und Slowenien

Zürich

1

Mitarbeiter

Baden

26

Mitarbeiter*innen

Maribor

4

Mitarbeiter*innen

Online Research Tools

- Werbemittel-Pre- und Posttests
- Markenkernanalysen
- Brand-Positioning
- Marktsegmentierung
- Zielgruppenanalyse
- Trackingstudien
- Usage & Attitude Studien
- Motiv-Analysen
- Ideenscreening
- Konzept- und Produkttests
- Verpackungstests
- Regaltests
- Home-Use-Tests
- Testimonial-Tests
- Logo- und Namenstests
- Claim- und Slogantests
- Pricing-Forschung
- Conjoint-Measurement
- Kunden-/ Mitarbeiterbefragungen
- Website-Befragungen
- Studien mittels POS Rekrutierung
- KI gestützte Befragungen

Referenzen

- Bell Schweiz AG
- Düring AG
- Electrolux AG
- Emmentaler Switzerland
- ewz
- Farner Consulting AG
- Geberit Vertriebs AG
- Migros
- Ricardo AG
- Rod Kommunikation AG
- Sunrise GmbH
- Sympany Services AG

Das sagen unsere Kund*innen

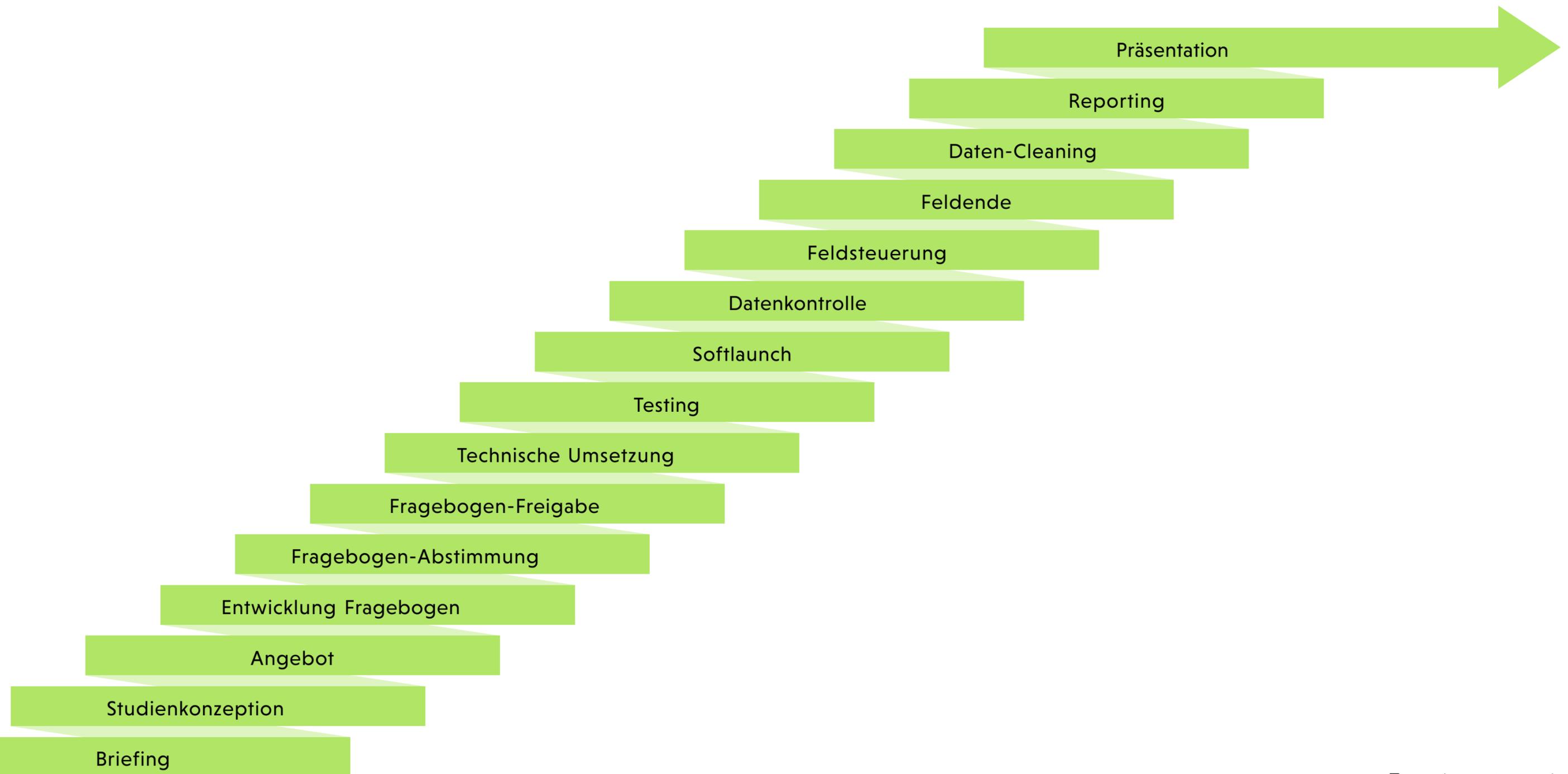
Electrolux AG



Marketagent hat sich in den letzten Jahren als äusserst zuverlässiger Partner ausgezeichnet. Die Zusammenarbeit ist stets geprägt durch eine hohe Fachkompetenz gekoppelt mit einer sehr pragmatischen und konstruktiven Art. Wir schätzen insbesondere die enorme Verlässlichkeit und stets rasche Reaktionszeit auf unsere Anfragen. Höchstnote für Marketagent.

ROLAND BIENZ
DIRECTOR MARKETING SWIZERLAND

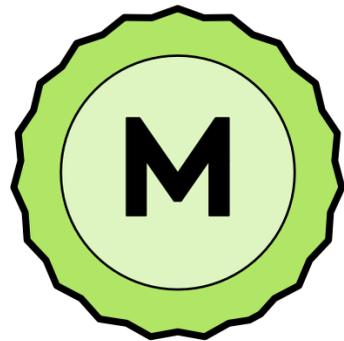
Ein typischer Projektverlauf



„Take the fast lane“



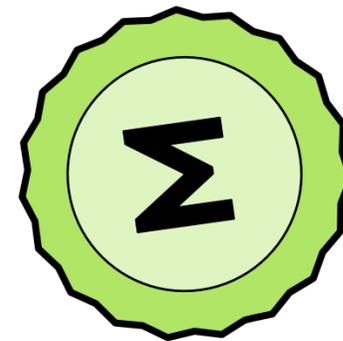
4 Stellschrauben für die Investitionskosten



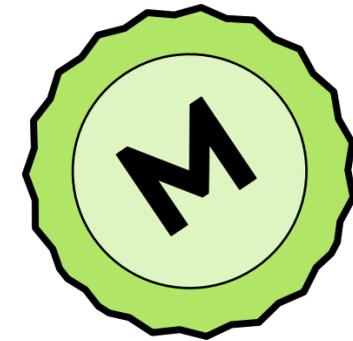
Fragebogenlänge



Stichprobengröße



Erreichbarkeit
der Zielgruppe
(Inzidenz)



Beratungsumfang

Das Herzstück: Unser Online Access Panel



Eigene Panelkapazitäten in 89 Ländern

Panel-Size: 3,2 Millionen

1.300 Neuanmeldungen pro Tag

Die 4 Säulen der Panelrekrutierung

Heterogenität

Stetigkeit

Medienbruch

Validierung

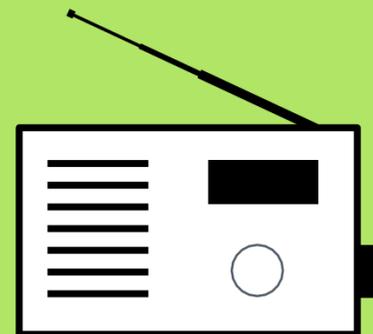
marketagent.

Offline Rekrutierung



TV

TV Spot-Kampagne mit
IP Österreich



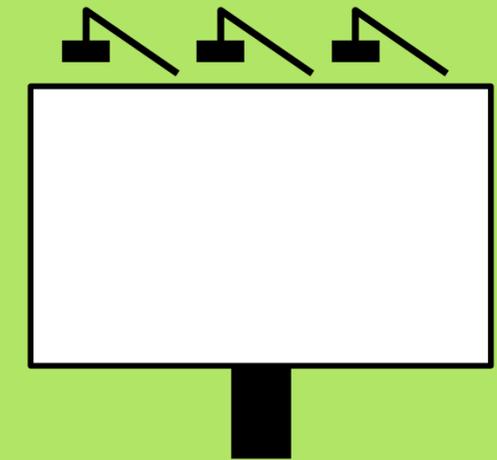
Hörfunk

Kooperation mit
KRONEHIT Radio



Print

Anzeigen in weekend,
WOMAN, Servus, u.v.m.



Plakat

Außenwerbungskampagne
mit EPAMEDIA

Motive unserer Panelmitglieder

Die Top 5

1



Grundsätzliches
Interesse an Umfragen
und Marktforschung

2



Neugier

3



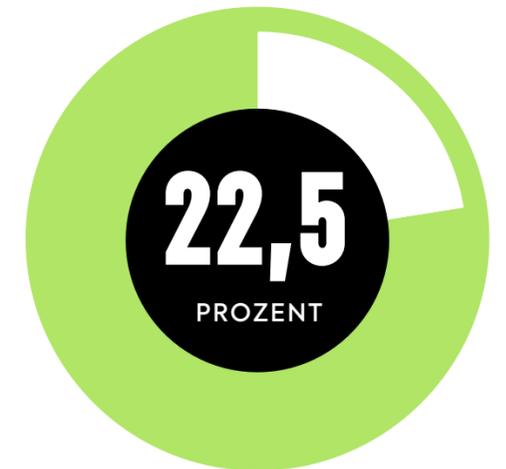
Die Möglichkeit, Trends
und Produkte
mitzubestimmen

4



Incentives
(Bonuspunkte, etc.)

5



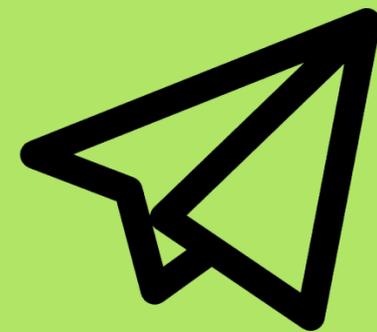
Teile gerne anderen
meine Meinung mit

Multi-Channel Einladungsmanagement



E-Mail

Versand des Links zum Fragebogen via E-Mail



Telegram

Einlade-Service über eine Telegram Schnittstelle



App

Informationen zu verfügbaren Umfragen in unserer App



Browser

Web-Push Benachrichtigungen laden zu aktuellen Umfragen ein

Unser Investment in Qualität

Erstes zertifiziertes Online Access Panel nach ISO 20252

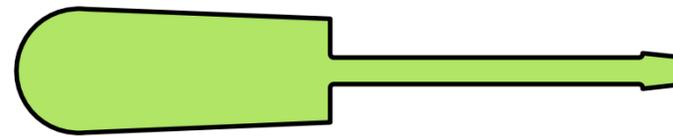


5 Indizien für mangelnde Interviewqualität

- Speeding | Bearbeitungsdauer
- Missings | Antwortverhalten bei offenen Fragen
- Straightlining | Muster-Klicker bei Matrix-Fragen
- Cheating | False-Answers
- Inconsistency | Widersprüchlichkeit zu den Profildaten



Mobile Tools



Arbeitsmarktkompass

BRAND.Diamonds

BRAND.Swipe NXT

Luxury Research

Kontakt

Marketagent.com Schweiz AG

schweiz@marketagent.com

Feldstrasse 40
8004 Zürich

www.marketagent-schweiz.ch