

IPSOS COMMUNITIES

BEFRAGUNGEN WERDEN
INTERAKTIONEN

Tiefe Insights im Dialog mit Zielgruppen gewinnen

Die fortschreitende Digitalisierung führt dazu, dass Unternehmen immer schneller fundierte Informationen benötigen. Gleichzeitig sinkt die Erreichbarkeit von Zielgruppen. **Online-Communities** tragen dieser Entwicklung Rechnung, indem sie Menschen dort begegnen, wo sie sich aufhalten: In sozialen Medien, auf spezifischen Plattformen, aber auch in ihrem privaten Umfeld. Communities ermöglichen den Zugang zu klassischen, aber auch zu schwer erreichbaren Zielgruppen und öffnen dabei mit

einer Vielzahl an möglichen Aktivitäten neue und unkomplizierte Wege zu sehr tiefgehenden, authentischen Insights über Bedürfnisse und Erwartungen Ihrer Kunden.

Ob Sie in und mit einer Community neue Konzepte entwickeln oder den aktuellen und zukünftigen Status Ihrer Marke erarbeiten – Communities bieten ein breites Spektrum an Möglichkeiten. Short-Term, Long-Term, qualitativ, quantitativ.



Mit Communities verschieben wir die Grenze und ermöglichen Unternehmen eine enge, agile Zusammenarbeit mit Ihren Kunden.

Die Möglichkeiten in einer Community sind ein vielfältiger Mix...

QUALITATIV



Blogs,
Video-Tagebücher



Diskussionen,
Ideation



Live Chats,
Fokusgruppen



Co-Creation



Markerboards

QUANTITATIV



Standard-
Fragetypen



angepasste
Frageprogramme



Hotspot



Monadisch,
sequentiell monadisch



Multimedia
Stimuli Exposure



Die Community, die anfangs bei uns im Unternehmen durchaus hinterfragt wurde, hat sich bewährt. Sie beschäftigt sich in ihren Diskussionen intensiv mit einem Thema und greift dabei teilweise Aspekte auf, an die wir gar nicht gedacht hatten.

Gabriele Ferber-Herbst, MVG, Münchner Verkehrsbetriebe



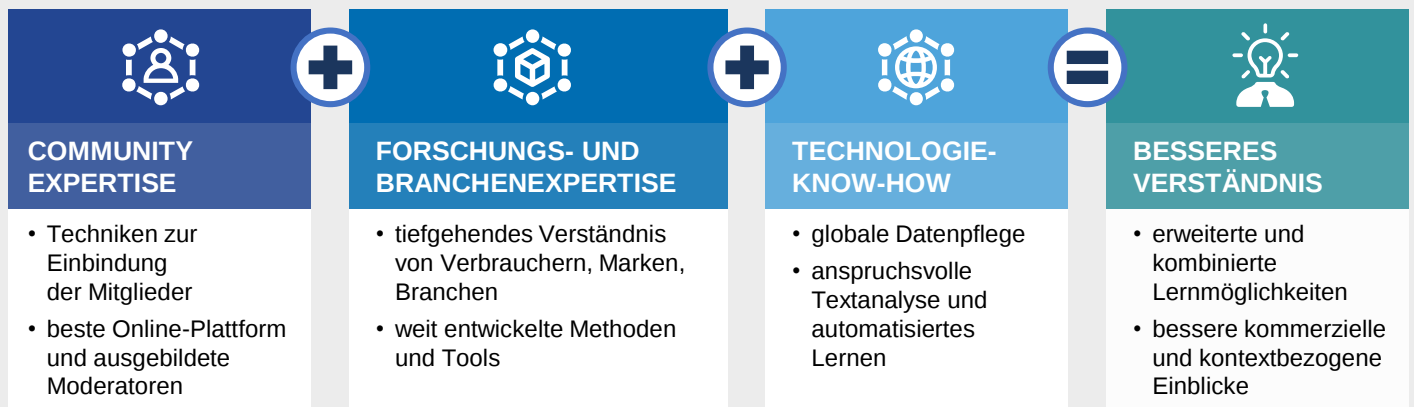
Communities eignen sich für viele Forschungsfragen, beispielsweise:

- Markenstatusanalysen, Erarbeiten von Brand Purpose, Bewerten von Markenstrategien
- Insights über Produktverwendung / Routinen bei Konsumgütern
- Identifikation neuer Bedürfnisse („unmet needs“)
- forschersche Begleitung bei der Nutzung von Dienstleistungen (auch Mobilität)
- Begleitung von Kaufprozessen und Customer Journeys, gerade bei Investitionsgütern
- Online-Ethnographie
- Konzeptbewertung und -optimierung (auch in Verbindung mit Produkttests)
- iterative Innovations- / Co-Creation-Ansätze
- Ideation: Identifikation von Innovationsansätzen durch Zusammenarbeit mit der Zielgruppe

Außerdem sind Communities prädestiniert für Interaktionen mit Spezialgruppen wie Meinungsführer / KOLs / Influencer u.a.

Unser Ansatz kombiniert die klassischen Ipsos-Stärken mit innovativer Technologie.

Beim Set-Up von Communities steht bei uns die Vielzahl von Vernetzungs- und Kommunikationsmöglichkeiten mit den Teilnehmern im Vordergrund.



Unser Kunden nutzen ihre Community auch für ihre agilen Marketingprozesse und lassen dort gern mal spontan eine neue Produktidee diskutieren.

Kerstin Gass, Ipsos Community Team

Kontakt



KERSTIN GASS

Manager
Fon. 0151 1226 3738
kerstin.gass@ipsos.com



CAROLIN BASEDOW

Senior Research Executive
Fon. 0151 702 103 00
carolin.basedow@ipsos.com