

DUEL - Ipsos ergänzt Innovationsangebot durch neuen 24 Stunden-Screening-Ansatz

Hamburg, 29. September 2017 – Mit DUEL hat Ipsos Marketing einen neuen Screening Ansatz entwickelt, der Erkenntnisse aus der Verhaltensforschung und der Kognitionspsychologie verbindet, um so Konsumentenreaktionen ohne den Einsatz skalierter Bewertungen zu erfassen. Der spielerische Ansatz ist schnell, intuitiv und geräteunabhängig einsetzbar. Mit DUEL lassen sich Claims, Logos und Verpackungsbilder testen – und das innerhalb von 24 Stunden.

Die zu testenden Items treten in einer Serie von Duellen auf dem Bildschirm gegeneinander an. Statt traditioneller Skalen sehen die Befragten eine Serie von Bildern gleichzeitig und wählen daraus ihren Favoriten. So kann DUEL im Sinne der Verhaltensforschung nicht nur die expliziten Präferenzen (System 2) der Konsumenten nachvollziehen, sondern durch die indirekte Messung ihrer Reaktionszeit auch ihre intuitiven (System 1).

Dr. Nikolai Reynolds, Senior Director Ipsos Marketing Research Deutschland: „DUEL ist der erste Ansatz, der die Reaktionszeit der Befragten schnell, kostengünstig und global skalierbar erfasst. Er funktioniert geräteunabhängig und ist daher auch für die Mobile-Forschung einsetzbar. Als ergänzendes Modul lassen sich auch offene Fragen stellen, die mittels künstlicher Intelligenz ausgewertet werden. Das Tool ist eine wertvolle Ergänzung für die Palette unserer Innovationsforschung. Die Kunden erhalten neben den detaillierten Ergebnissen auch die darauf basierenden Handlungsempfehlungen und eine Potenzialeinschätzung.“

Über Ipsos und Ipsos Marketing Research:

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Markt- und Meinungsforschungsinstitut. In einer sich immer schneller verändernden Welt ist es unsere Aufgabe, unsere Kunden mit präzisen und umsetzbaren Analysen bei ihrer Veränderung zu unterstützen, dabei orientieren wir uns an den „4S“: Security, Simplicity, Speed und Substance. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in fünf Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 88 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.

Ipsos Marketing Research beschäftigt sich mit Innovationen, Produkten, Marken, Märkten und Shopper-Fragestellungen. Wir helfen unseren Kunden dabei, ihre Marketingstrategie festzulegen, neue Chancen zu erkennen und das Kaufverhalten der Verbraucher zu verstehen. Außerdem beraten wir bei der Marken-, Dienstleistung- und Produktentwicklung und tragen mit unseren Ergebnissen zur optimalen Planung ihres Marketingbudgets bei.



Kontakt Ipsos Pressestelle
Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179