

Befragungen
mit B-to-B-
Stichproben:
Hohe Anforderun-
gen, hoher
Erkenntnisge-
winn.



B-to-B-Stichproben mit INNOFACT

Aus einer Vielzahl von Studien in der Vergangenheit hat die INNOFACT AG ein valides Instrumentarium entwickelt, mit dem B-to-B-Fragestellungen im Rahmen von Marktforschungsprojekten schnell und zuverlässig umgesetzt werden können.

Innovative Rekrutierung von Low-Incidence-Zielgruppen.

Aus einer Vielzahl von B-to-B-Projekten in der Vergangenheit hat die INNOFACT AG ein valides Instrumentarium entwickelt, mit dem B-to-B-Studien schnell und zuverlässig umgesetzt werden können.

Rekrutierung und Durchführung im eigenen CATI-Studio

Alle Interviewer/innen, die Probanden für B-to-B-Studien rekrutieren, sind speziell geschult und sind in der Lage, auch schwierig zu erreichende Befragte für eine Befragung zu gewinnen.



Wir nutzen für die Studien je nach Ausgangslage entweder Adressen, die der Kunde zur Verfügung stellt (z.B. von Kunden) oder recherchieren nach präzisen Vorgaben die Ansprechpartner/innen in den Unternehmen.

Das institutseigene CATI-System ist eine Eigenentwicklung und wurde speziell für den Einsatz bei B-to-B-Studien optimiert:

- Plausibilitätsprüfungen und Berechnungen während des Interviews.
- Dokumentation der Kontakt- und Interview-“Historie“.
- Sample Management und Terminüberwachung.
- Automatisierte Reminder-Funktionalitäten.
- Mehrsprachenfähig.
- Multi-Method-Option: Nahtlose Nutzung des Fragebogens auch als Online-Interview.

Zwei Optionen: Reines CATI oder Hybrid

Traditionell werden B-to-B-Studien als reine Telefonbefragungen durchgeführt: Die Probanden werden per Telefon rekrutiert, und auch das Interview findet telefonisch statt.

Eine weitere Option sind Hybrid-Befragungen: Die Interviewer sprechen die Probanden telefonisch an und versuchen sie, für ein Online-Interview zu gewinnen. Die Probanden haben in der Regel auch bei Hybrid-Befragungen die Wahl, das Interview telefonisch durchzuführen. Eine Hybrid-Befragung ermöglicht zumindest einem Teil der Befragten, die Vorteile eines Online-Interviews zu nutzen: Freie Wahl der Zeit und des Ortes der Befragung, dadurch authentisches Antwortverhalten und höheres Engagement und Commitment der Befragten.

Studienansätze im B-to-B-Bereich

- **Kundenzufriedenheitsanalysen:** Wie zufrieden sind die bestehenden Kunden mit den Leistungen.
- **Serviceanalysen:** Wie zufrieden sind die Kunden mit den bisher angebotenen Serviceleistungen.
- **Produkt- und Konzepttests:** Welche Potenziale lassen sich für eine neue Produktidee lokalisieren.
- **Imageanalysen:** Wie ist mein Unternehmen im Vergleich zu den Wettbewerbern positioniert.
- **Händlerbefragungen:** Wie zufrieden sind meine Handelskunden mit Produkten, Preisen, Vertriebsunterstützung und Kommunikation.
- **Marktanalysen:** Wie hat sich ein bestimmtes Marktsegment in der Vergangenheit entwickelt.

Ihre Ansprechpartnerin bei der INNOFACT AG



Karin Hagemann, Senior Consultant
Tel.: +49 211 862029 - 226
E-Mail: k.hagemann@innofact.com

INNOFACT  AG

INNOFACT AG

Neuer Zollhof 3 · 40221 Düsseldorf · Germany
Telefon: +49 211 862029 - 0 · E-Mail: info@innofact.com
www.innofact.com