



picture.PROOF - Marketagent.com präsentiert neues Research-Tool

Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte.

Das auf digitale Markt- und Meinungsforschung spezialisierte Institut Marketagent.com launchte diese Woche ein innovatives Research-Tool, das mittels Fotodokumentation Marketing-Entscheider noch näher an ihre Zielgruppen bringt. Das Herzstück ist eine neu entwickelte Smartphone-App, über die das 720.000 Personen umfassende hauseigene Online Panel mit Mikro-Jobs versorgt wird. „Diese Kleinstaufträge haben allesamt gemeinsam, dass stets die Handy-Kamera ins Spiel kommt“, so Thomas Schwabl, Gründer und Geschäftsführer des Badener Marktforschungsinstituts.

„Wir liefern Echtzeit-Einblicke vom Point of Sale. Egal ob es um die Verfügbarkeit oder Platzierung der eigenen Waren, um Produkt-Launches des Mitbewerbers oder den Zustand der Filialen geht. Innerhalb weniger Stunden wissen unsere Auftraggeber, was an den einzelnen Standorten passiert. Alles via Fotos festgehalten und dokumentiert“, so Schwabl weiter. picture.PROOF ist ein Crowdfunding-Tool, das aus der Konsumentenperspektive ein besseres Verständnis über den POS liefert. Zu den wichtigsten InStore-Anwendungsbeispielen zählen die Kontrolle der Waren- und Produktverfügbarkeit, die Überprüfung der Distribution, das Kennenlernen der Platzierungsumgebung, die Kontrolle des Regallayouts, die Dokumentation von Promotionmaterialien und die Beobachtung von Preisen.

picture.PROOF ist aber auch ein Fotosafari-Tool. Es dient gleichermaßen als Insights-Lieferant, Beobachtungsposten und Inspirationsquelle. So können Kunden beispielsweise bequem von ihrem Schreibtisch aus einen Streifzug durch heimische Küchen machen oder einen Blick in Kühlschränke oder auf die Zubereitung von Fertiggerichten werfen. Ergänzend zu der Erhebung mit offenen und geschlossenen Fragen liefert die Bild-Dokumentation jene Erkenntnisse, die sonst häufig verborgen bleiben. Über Nacht werden die Marketing-Entscheider mit Snapshots aus mehr als 20 Ländern versorgt, von der Strom- oder Mobilfunkrechnung über den privaten Arzneischränk bis zum Auto-Innenraum. picture.PROOF begleitet Konsumenten in deren Alltag und ermöglicht so ein besseres Verständnis über deren Lebenswelten. Bilderwelten und Fotocollagen ergänzen herkömmliche quantitative Befragungen um tiefere qualitative Erkenntnisse. Usage & Attitude-Studien werden so aufgewertet und das Verständnis wird erweitert.

picture.PROOF versteht sich aber gleichermaßen als Ideenlieferant. Crowdfunding wird so zum verlängerten Außendienst und liefert Inspirationen aus anderen Warengruppen und/oder Ländern. Die fotodokumentierten Store-Checks gehen also weit über eine Controlling-Funktion hinaus und können als Impulsgeber für die eigene Produktentwicklung dienen.

Kontrollierte Qualität gewährleistet die manuelle Überprüfung aller Aufnahmen und Geo-Informationen der Bilddateien. Lediglich validierte Bilder finden ihren Weg in die Auswertung. Die Berichtslegung ist vielfältig und reicht von Collagen über Segmentierungen bis hin zu standortbezogenen Reports pro Filiale oder Outlet.

Baden, am 14. Juni 2016

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Thomas Schwabl, Mag.

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

t.schwabl@marketagent.com

tel.: +43 (0) 2252 – 909009

About Marketagent.com:

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Baden, München, Zürich und Maribor werden jährlich mehr als 800.000 Web-Interviews durchgeführt und rund 1.000 Online Research Projekte realisiert. Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com ist das über 720.000 (Stand: Juni 2016, plus 350 pro Tag) Personen umfassende Online-Access-Panel, welches im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde.

Marketagent.com realisiert Web-Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen wie die A1 Telekom Austria, die Erste Bank, Uniqa, Austrian Airlines, die Wirtschaftskammer Wien, die Österreichische Post AG, den ÖAMTC, Coca-Cola, Nestlé, Ikea, Bayer, Generali und die OMV. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.