

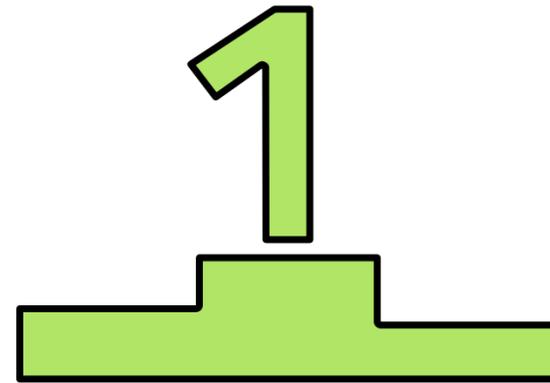


Willkommen

marketagent.

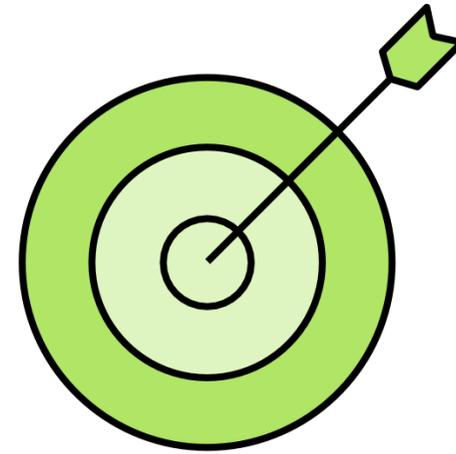
**einfach
schnell
fragen.**

Digital Research mit Herzblut



Pionier und Innovationsführer

4 zentrale Vorteile der Online-Forschung



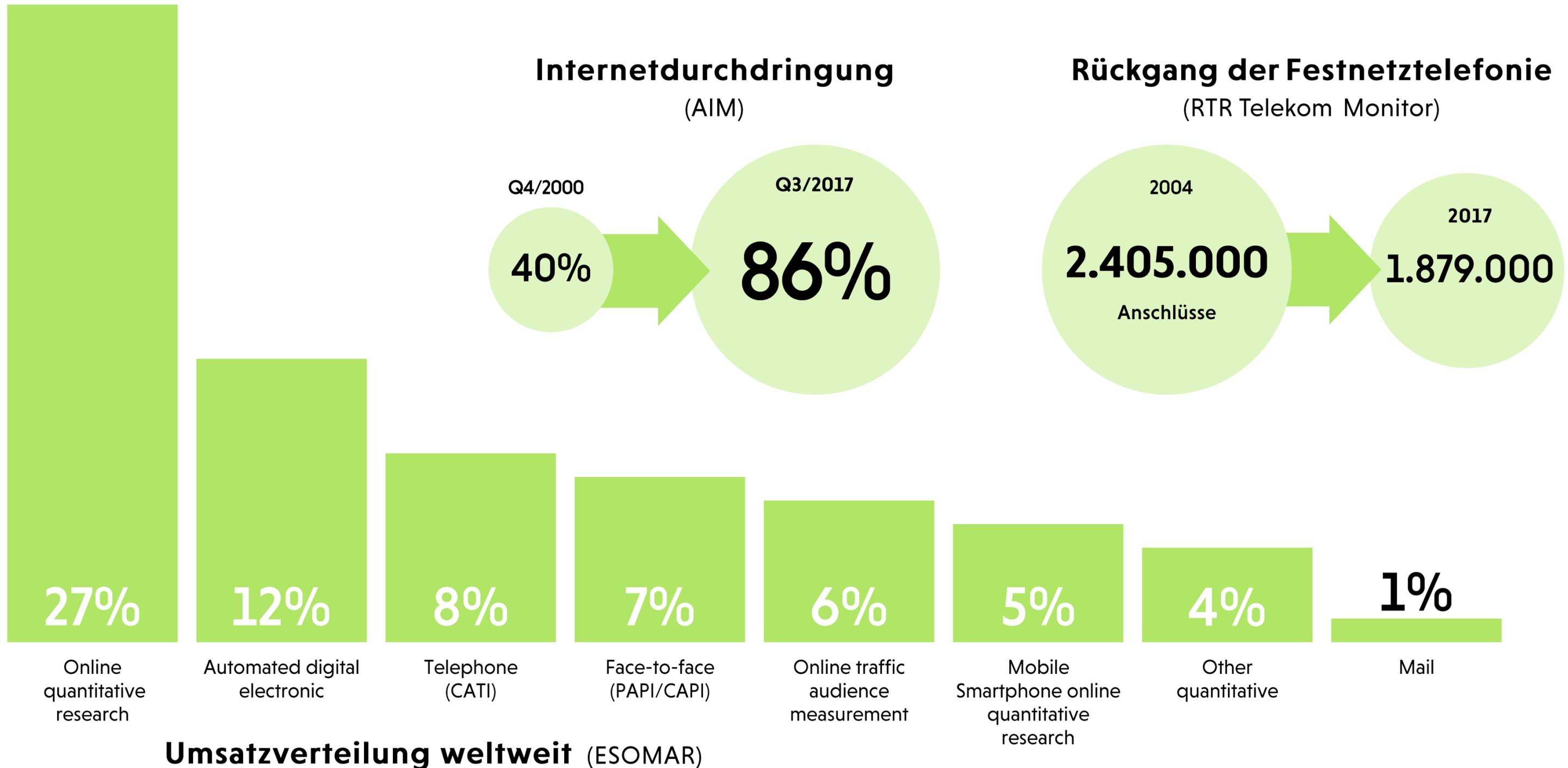
Multimedialität

Schnelligkeit

Kosteneffizienz

Streuverlustfreies Targeting

Methodischer Background



Eckdaten im Überblick

Online Access Panel mit

1.600.000

Teilnehmern (+1.800 pro Tag)

1.300

Online-Studien pro Jahr

1.000.000

CAWI-Interviews pro Jahr



Standorte

Mitarbeiter und Standorte

Standorte in Österreich, der Schweiz und Slowenien

Zürich

4

Mitarbeiter

Baden

27

Mitarbeiter

Maribor

3

Mitarbeiter

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
- picture.PROOF

Referenzen

- A1 Telekom Austria AG
- Agrarmarkt Austria
- Beiersdorf
- Brau Union
- Coca-Cola
- Generali Versicherung
- IKEA
- Intersport
- Kuratorium für Verkehrssicherheit
- Nestlé
- OMV
- Österreichische Post AG
- Raiffeisen Zentralbank
- Spar AG
- Unilever
- UNIQA
- Universität Wien
- Wirtschaftskammer

Das sagen unsere Kunden

karriere.at

„Studien von Marketagent.com sind für uns ein umfassender Grad- und Trendmesser. Die Ergebnisse dienen uns sowie unseren Kunden und Partnern als wertvolle Orientierungshilfe und Handlungsanleitung.

Als Branchenleader untermauern wir damit unsere Rolle als Impulsgeber und Innovationstreiber.“

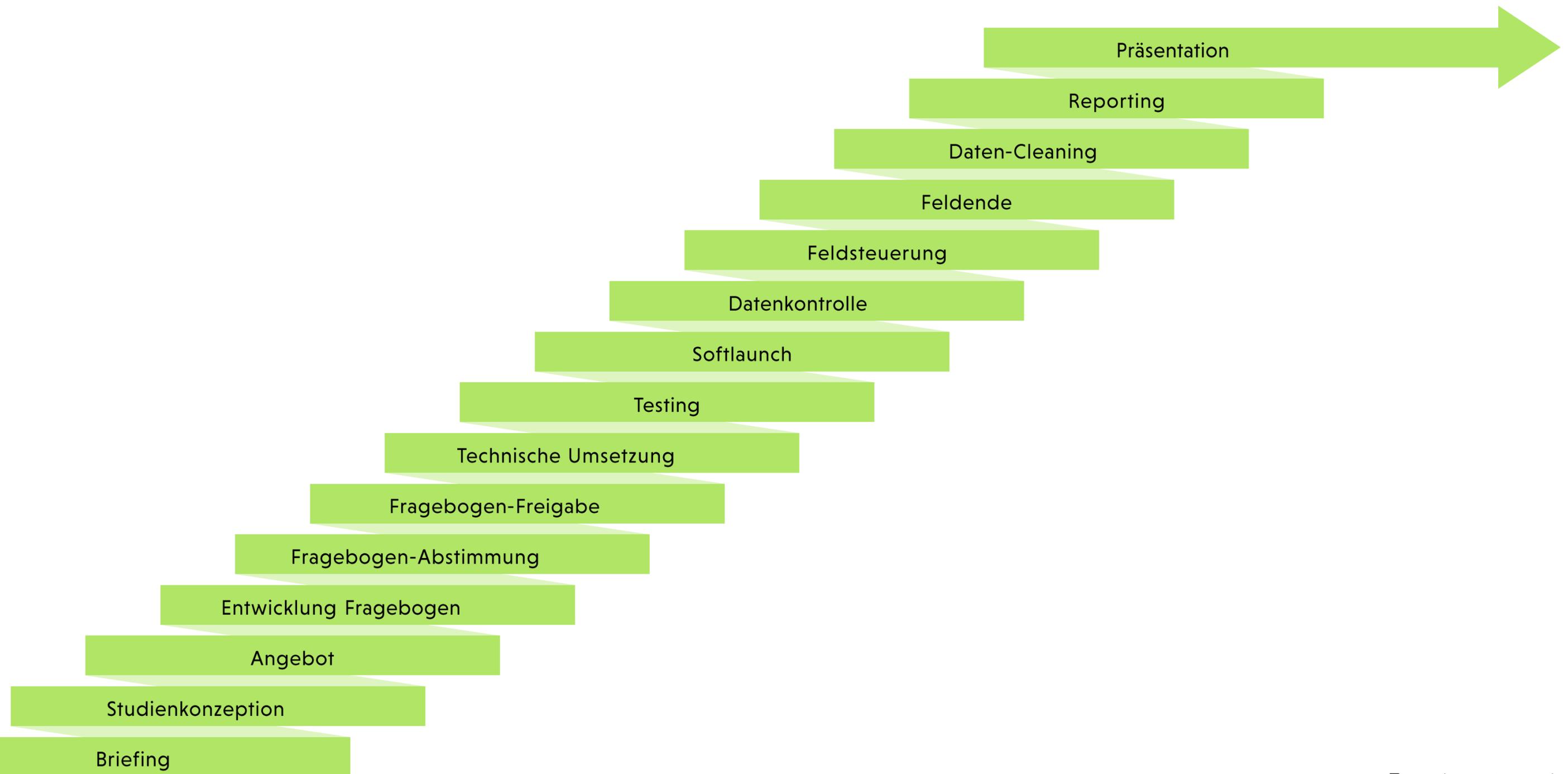
Mag. Johanna Mayr, Head of Brand & Communications

Österreichisches Rotes Kreuz

„Bei unterschiedlichen Umfragen oder spontan benötigten Studien werden wir von Marketagent unkompliziert, schnell, kompetent und dennoch sehr persönlich betreut.“

Gerald Czech, Marketingleiter

Ein typischer Projektverlauf



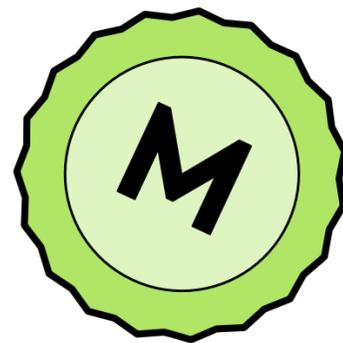
„Take the fast lane“



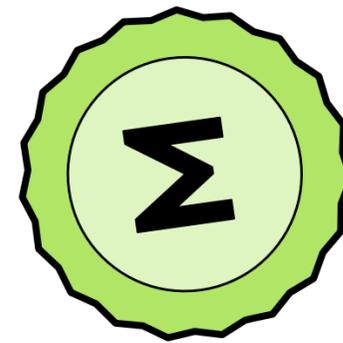
4 Stellschrauben für die Investitionskosten



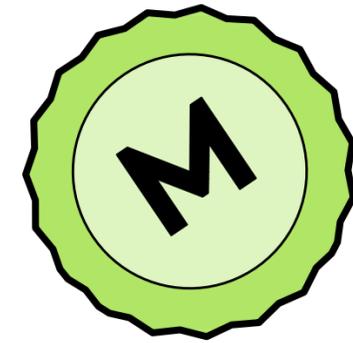
Fragebogenlänge



Stichprobengröße



Erreichbarkeit
der Zielgruppe
(Inzidenz)

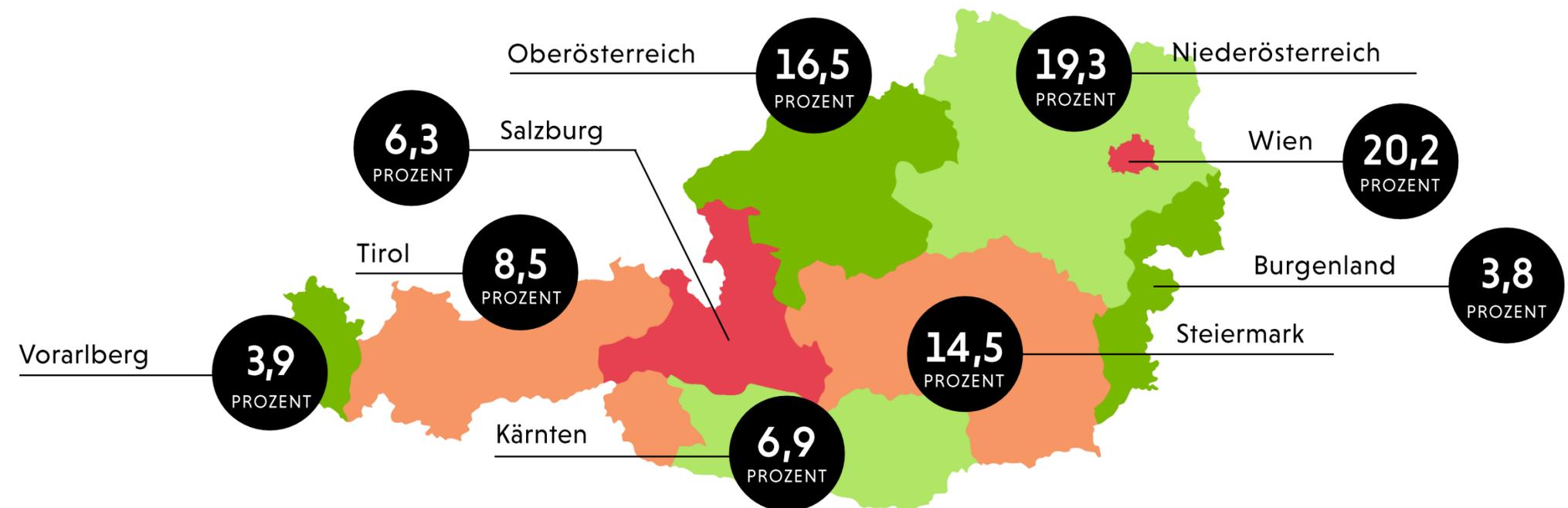
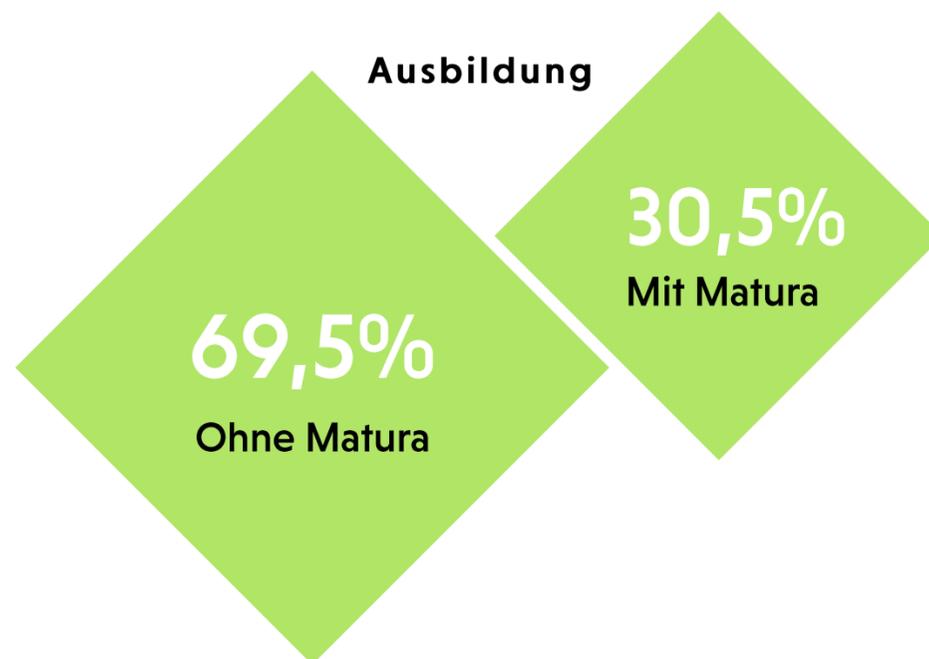


Beratungsumfang

Stichprobenziehung

verkleinert, aber strukturgleich

	Männlich: 49,9 %	Weiblich: 50,1%	Sample total
14 - 19 Jahre	9,4%	9,9%	9,7%
20 - 29 Jahre	17,3%	17,3%	17,3%
30 - 39 Jahre	18,1%	17,5%	17,8%
40 - 49 Jahre	22,0%	22,0%	22,0%
50 - 59 Jahre	18,4%	18,3%	18,3%
60 - 69 Jahre	14,7%	14,9%	14,8%



Das Herzstück: Unser Online Access Panel



Eigene Panelkapazitäten in 62 Ländern

Panel-Size: 1,6 Millionen

1.800 Neuanmeldungen pro Tag

Die 4 Säulen der Panelrekrutierung

Heterogenität

Stetigkeit

Medienbruch

Validierung

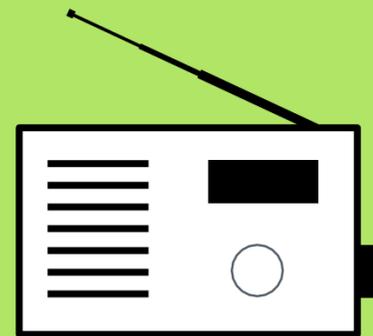
marketagent.

Offline Rekrutierung



TV

TV Spot-Kampagne mit
IP Österreich



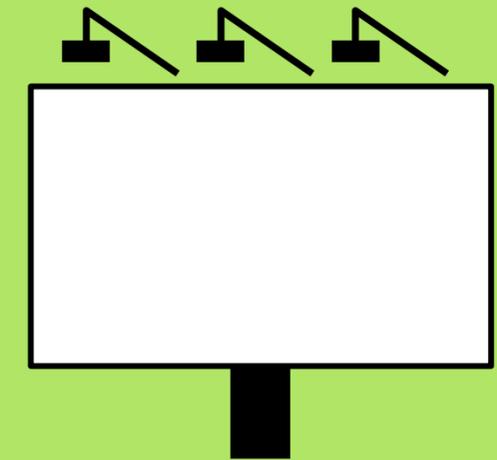
Hörfunk

Kooperation mit
KRONEHIT Radio



Print

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



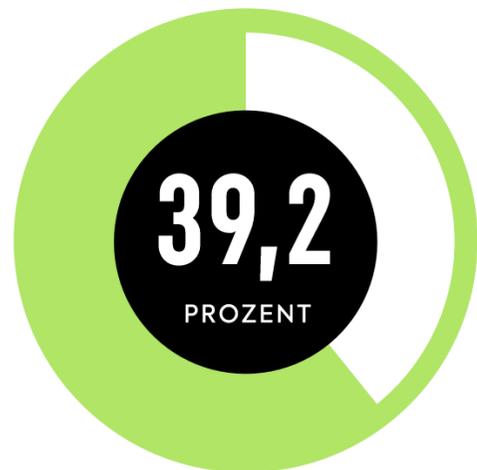
Plakat

Außenwerbungskampagne
mit EPAMEDIA

Motive unserer Panelmitglieder

Die Top 5

1



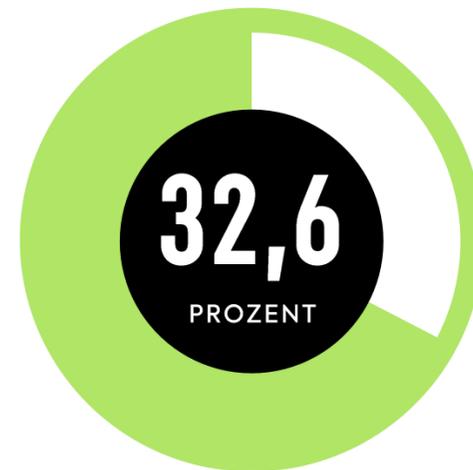
Grundsätzliches
Interesse an Umfragen
und Marktforschung

2



Neugier

3



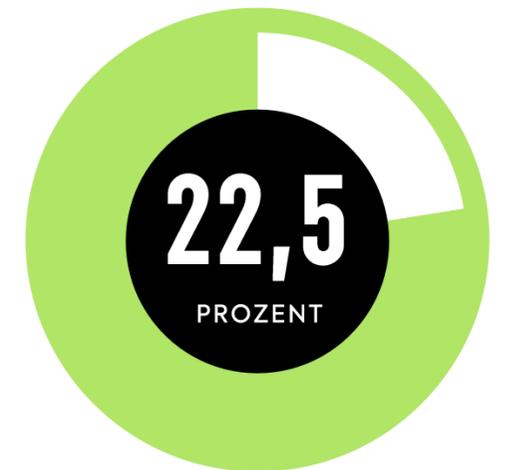
Die Möglichkeit, Trends
und Produkte
mitzubestimmen

4



Incentives
(Bonuspunkte, etc.)

5



Teile gerne anderen
meine Meinung mit

Quelle: Marketagent.com Panel-Motivstudie | CAWI | n = 1.504 | D-A-CH-Region

Multi-Channel Einladungsmanagement



E-Mail

Versand des Links zum Fragebogen via E-Mail



WhatsApp

Einlade-Service über eine eigene WhatsApp 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 26362

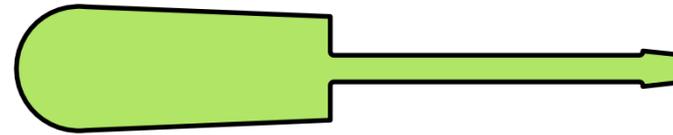


5 Indizien für mangelnde Interviewqualität

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



Neue Tools



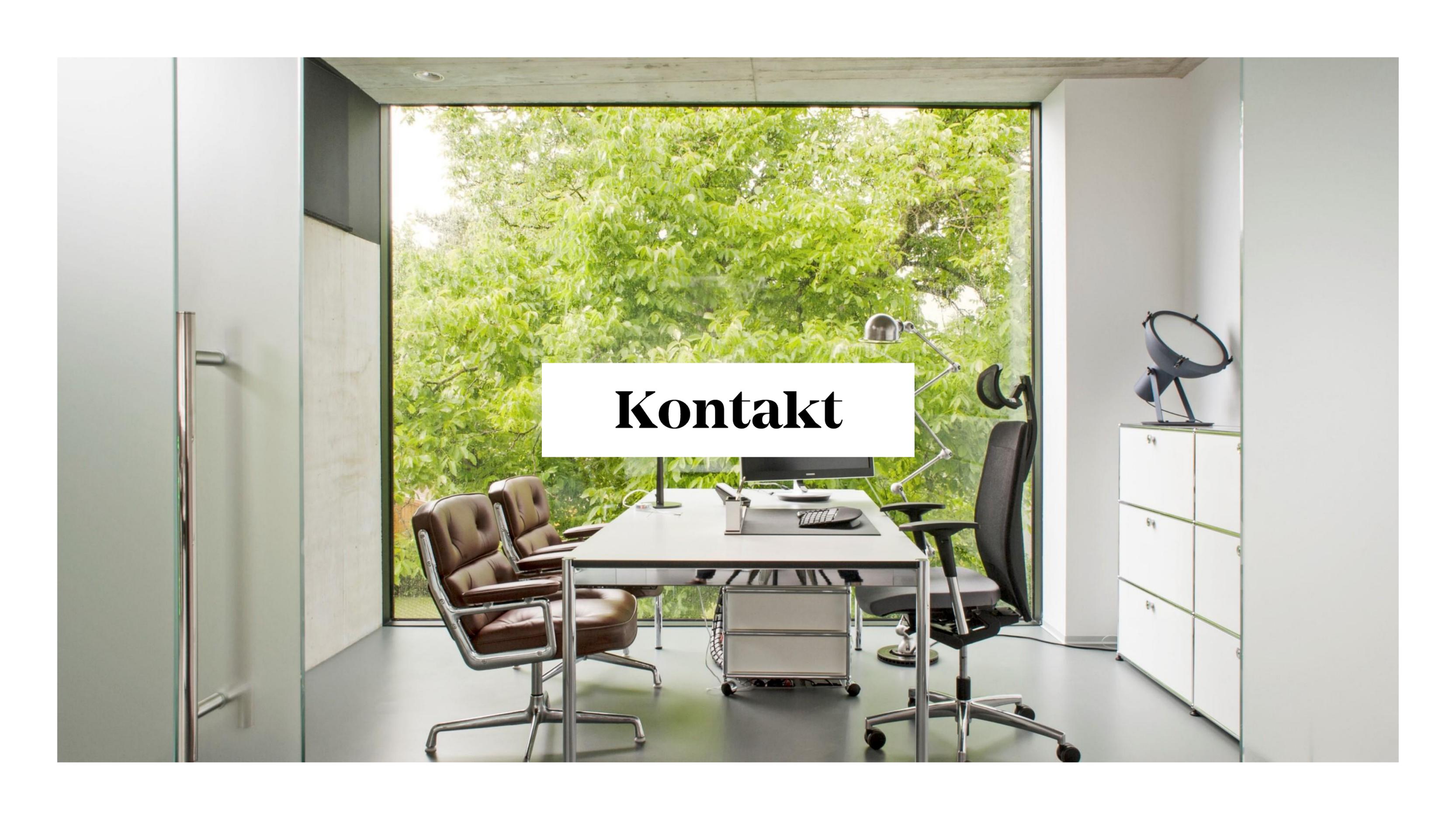
picture.PROOF

BRAND.Swipe

Location-Based Research

Automatisierte Feldsteuerung

POS-Rekrutierung



Kontakt

Kontakt

Mag. Thomas Schwabl

info@marketagent.com

+43 2252 909 009

Mühlgasse 59

A-2500 Baden

www.marketagent.com