

# GIM MITMAKER

Die Zielgruppen von morgen  
erleben und verstehen

Qualitative Forschung neu gedacht



GIM | RELEVANCE COUNTS.

**Manchmal geht es darum, ein erstes Gespür für den Puls einer Zielgruppe zu erhalten. Dann kann eine ausführliche qualitative Erhebung schnell den Rahmen sprengen.**



### **Ihre Herausforderung**

Marketing soll sich schneller denn je auf **neue Anforderungen** einstellen.

Entsprechend wichtig ist es, die **Bedürfnisse** und **Herausforderungen** relevanter Zielgruppen zu kennen.

Manchmal fehlen **Zeit** und/oder **Geld** für qualitative Befragungen im «herkömmlichen» Stil.

Und trotzdem will man auf qualitative Insights für die eigenen Fragestellungen **nicht verzichten**.

Von der Meinung der Zielgruppen **hängt zu viel ab**, um ohne Testing neue Angebote oder Kommunikation zu lancieren.

**GIM MITMAKER vereint hochwertige qualitative Insights mit effizientem Timing, um auch ohne breit angelegte Studie wichtige Impulse für Ihre weiteren Schritte zu erhalten.**

## Unsere Lösung

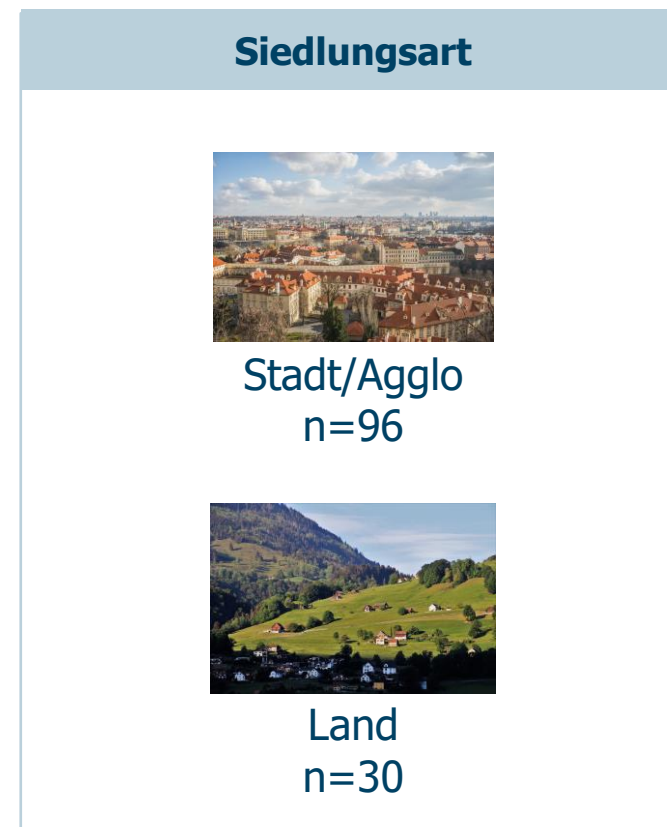
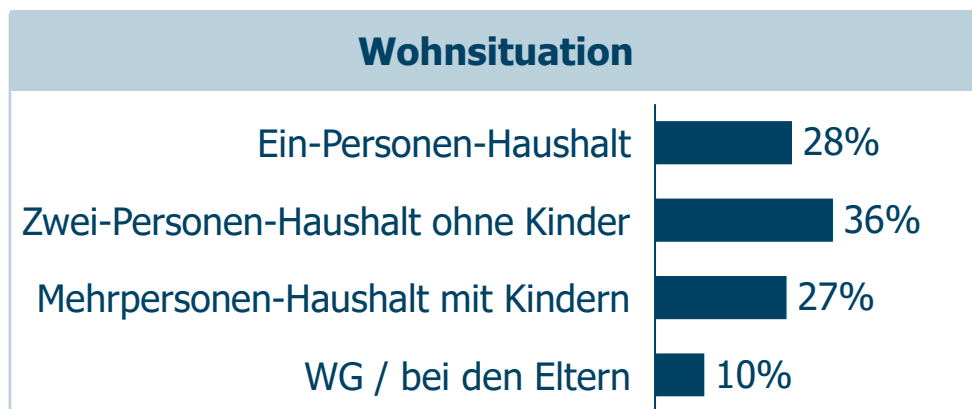
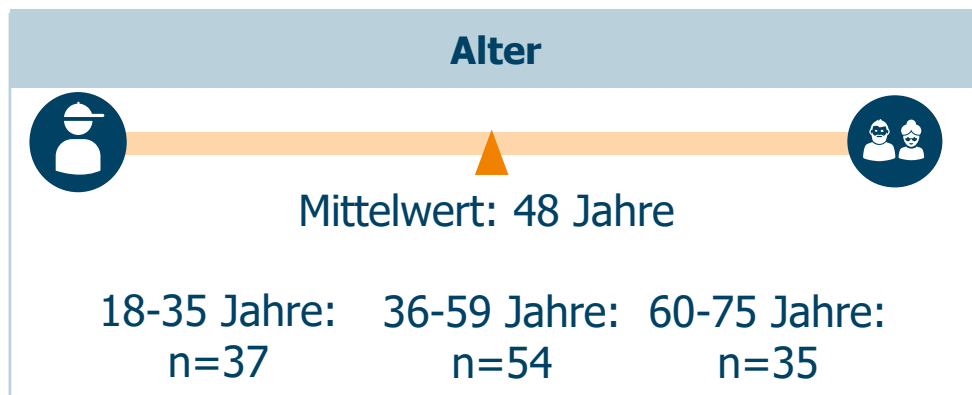
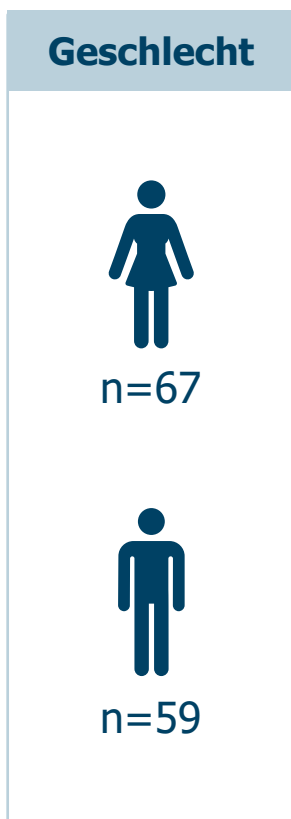
Mit unserer Online-Community **GIM MITMAKER** Ihre Zielgruppe(n) erleben, verstehen und begeistern:

- ✓ Erhalten Sie über unsere Online-Community **schnelle Antworten auf drängende Fragen.**
- ✓ Lassen Sie Ihre Ideen in einem **kompakten Format abtesten**, um ein Gespür zu erhalten.
- ✓ Reichern Sie quantitative Befragungen an: Qualitative Vorerhebungen werden **rank & schlank** gehalten.
- ✓ Nutzen Sie die **thematische Vielfalt** der Community: Gefiltert werden die **passendsten Befragten**.
- ✓ Profitieren Sie von **wertvollen Insights**, um Ihre **Stossrichtung** zu definieren – **«quick & clean»**.



## Die GIM Suisse Mitmaker Community deckt gute Mischung soziodemographischer Merkmale ab und umfasst verschiedene Altersgruppen.

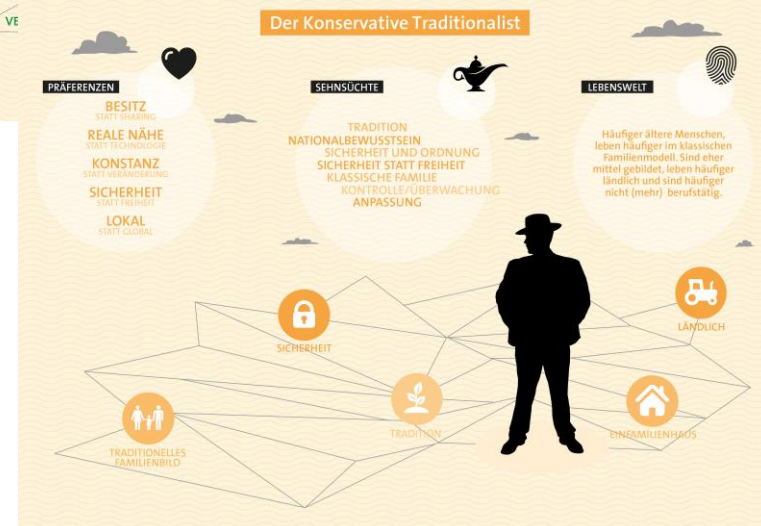
Total N=126 Personen | Repräsentativ bezüglich Alter X Geschlecht | nur D-CH



# Die Diversität unserer Online-Community manifestiert sich im Einsatz der GIM Zukunftwertetypen, welche eine Vielfalt an verschiedenen Einstellungen garantieren.



Dank Hinterlegung der Einstellungen möglicher Befragter steuern wir Ihre Zielgruppe mit grosser Präzision an und garantieren auf diese Weise die Eignung der Teilnehmenden auch bei knapperem Timing.



In unserer > 120 Personen starken Community sind Repräsentanten aller 4 GIM Wertetypen analog zu ihrer Inzidenz in der Schweizer Bevölkerung vertreten. So können wir vielfältige Zielgruppen rasch ansprechen.

**Unsere Community eignet sich v.a. für Situationen, in denen trotz knapper Budgets qualitative Insights benötigt werden. Auch Vorerhebungen sind in dieser Form möglich.**



### Beispiel-Case 1

**Validierung von Produktideen:** In welchen Situationen nutzen die Menschen ihre Zahlungskonten und welche/n Zweck/Funktion erfüllt dies für sie? Welche der neuen Produktideen überzeugt je Nutzungssituation besonders?

### Beispiel-Case 2

**Vorerhebung zu quantitativen Studien:** Welche Kriterien sind für Kunden und Kundinnen der Auswahl von bestimmten Produkten relevant? Wie werden Items und Statements so formuliert, dass der quantitative Fragebogen die gewünschten Dimensionen misst?



### Beispiel-Case 3

**Werbetest:** Sie sind sich noch nicht schlüssig, welche Variante eines Spots oder Slogans im Rahmen Ihrer Werbekampagne am besten Ihre Zielgruppen anspricht und aktiviert. Je nach Response entscheiden Sie sich final für die überzeugendste Version.

## Unter dem Dach unserer Online-Community sind viele qualitative Methoden zuhause: Vom Live-Chat über den Online-Blog bis zum Forum sind zahlreiche Ansätze umsetzbar.

### Live Chat



Am letzten Tag werden wir uns in zwei Gruppen zum Chat treffen und live austauschen. Wir sind schon gespannt auf Ihre Beiträge.

Chat 41

### Frage des Tages

Wo haben Sie Ihre letzte Reise gebucht?

im Internet

67% / 2

im Reisebüro

33% / 1

Sonstiges

0% / 0

### Tagesaufgabe



Weiter

### Forum



Im Forum möchten wir mit Ihnen diskutieren. Ihre Beiträge können von allen Teilnehmern gelesen und kommentiert werden.

Forum 28

### Tagebuch



Hier können Sie alle Momente festhalten, in denen Sie sich mit Ihrer Reiseplanung beschäftigen.

Tagebuch 1

### Blog



In Ihrem Blog dokumentieren Sie die Informationsrecherche und Buchung Ihrer anstehenden Wochenendreise.

Mein Blog



Je nach Fragestellung können wir entweder **individuell** oder im **Gruppenkontext** befragen – auch eine **Kombination** beider Elemente ist möglich.



Der Einsatz diverser Tools wie z.B. **Ranking** oder **Card Sorting** erhöht den spielerischen Charakter der Befragung, der sich positiv auf die Qualität der Antworten auswirkt.



Im Kontext von Communities kooperieren wir bereits langjährig mit **Kernwert**, einem der renommiertesten Online-Anbieter für Qual-Forschung im deutschsprachigen Raum.

## Anbei der typische Ablauf eines Projekts via GIM MITMAKER: Wesentlicher Benefit ist die spürbar kürzere Dauer bei unverändertem analytischem Tiefgang.



### Rekrutierung (ca. 3-4 Tage)

- Vorselektierung passender Zielpersonen via Quick Poll
- Identifikation der Inzidenz in Online Community
- Achtung: bei n=120 Personen eher breiter angelegt
- Kontaktierung & Fixierung der Teilnehmenden



### Feld (ca. 3-7 Tage)

- Posten der Befragungsinhalte auf Mitmaker
- Interaktion mit Befragten (z.B. Kommentare, Nachhaken)
- Gestaffeltes Freischalten der Inhalte möglich
- Output: Datenexport direkt im PDF- oder Excel-Format



### Reporting (ca. 3-4 Tage)

- Erstellung Topline Report auf Basis der Insights
- Umfang: je nach Fragen ca. 10-15 Slides im PPT-Format
- Fokus auf Key Insights und somit Kompaktheit
- z.B. «Sieger-Slogan», Input für Quant-Fragebogen u.v.m.



**Gerne erstellen wir Ihnen ein Angebot für Ihre individuellen Fragestellungen. Die Kosten sind abhängig von der Dauer der Befragung und Anzahl der Befragten.**

### SMALL SAMPLE & DEEP DIVE

#### Studiendesign:

- **N=10** Teilnehmende aus der Mitmaker-Community
- Gefiltert nach **3-4 Kriterien** (bspw. Alter, Bildung, Nutzungsverhalten)
- Individuelle Fragen, **30 Minuten** Zeitaufwand
- Überwiegend offene Fragen, Befragte antworten ausführlich mit Text, kombiniert mit Skalen-Fragen, Rankings und/oder Sortings

**Kosten: CHF 11'500.-**

*Projektmanagement, Entwicklung & Programmierung Fragen, Rekrutierung, Incentives, Supervision & Qualitätskontrolle, Auswertung und Topline-Bericht mit den zentralen Ergebnissen in PowerPoint*

### MEDIUM SAMPLE & WENIG FRAGEN

#### Studiendesign:

- **N=20** Teilnehmende aus der Mitmaker-Community
- Gefiltert nach **2-3 Kriterien** (bspw. Alter, Bildung, Nutzungsverhalten)
- Individuelle Fragen, **10 Minuten** Zeitaufwand
- Kombination aus offenen Fragen, Skalen-Fragen, Rankings und/oder Sortings

**Kosten: CHF 9'500.-**

*Projektmanagement, Entwicklung & Programmierung Fragen, Rekrutierung, Incentives, Supervision & Qualitätskontrolle, Auswertung und Topline-Bericht mit den zentralen Ergebnissen in PowerPoint*

### LARGE SAMPLE & MITTLERE DAUER

#### Studiendesign:

- **N=30** Teilnehmende aus der Mitmaker-Community
- Gefiltert nach **2-3 Kriterien** (bspw. Alter, Bildung, Nutzungsverhalten)
- Individuelle Fragen, **15 Minuten** Zeitaufwand
- Überwiegend offene Fragen, Befragte antworten ausführlich mit Text, kombiniert mit Skalen-Fragen, Rankings und/oder Sortings, Foren

**Kosten: CHF 14'000.-**

*Projektmanagement, Entwicklung & Programmierung Fragen, Rekrutierung, Incentives, Supervision & Qualitätskontrolle, Auswertung und Topline-Bericht mit den zentralen Ergebnissen in PowerPoint*