

# Online-Befragungen

Schnell und zielsicher mit Online-Befragungen zu Ergebnissen kommen

Online-Befragungen eröffnen eine Vielzahl von Möglichkeiten, ausgewählte Zielgruppen national und international mit vergleichsweise geringem Aufwand zu erreichen. Die Teilnehmer von Online-Befragungen werden per E-Mail (Adresslisten), nach Quotenvorgabe in einem Online-Panel oder direkt auf einer Website (Onsite-Befragung) eingeladen, an der Befragung teilzunehmen und einen Fragebogen am eigenen Rechner auszufüllen.

Der Online-Fragebogen wird im neutralen Layout oder nach Corporate Design-Vorgaben des Kunden programmiert und ermöglicht eine automatische Fragebogensteuerung. Während der Feldzeit von Online-Befragungen besteht die Möglichkeit, die Antworten mittels Online-Reporting live mit zu verfolgen, um ggf. kurzfristig auf Basis erster Meinungsbilder Entscheidungen bezüglich der eigenen Fragestellung, Quotierung oder Felddauer treffen zu können.

Im Rahmen einer Online-Befragung können problemlos neue Konzepte in Form von Bildern, Screenshots, multimedialen Animationen oder Filmen eingebunden werden, so dass sich die Befragungsform für nahezu jede Art von Fragestellung eignet. Durch die Kombination von standardisierten und offenen Fragetypen können sowohl quantitative als auch qualitative Analysen miteinander integriert werden. Durch Opt-Out-Fragen können darüber hinaus ausgewählte Befragungsteilnehmer zu Studiotests oder Gruppendiskussionen eingeladen werden.

## Spezielle Vorteile von quantitativen Online-Befragungen

Durch die raum- und zeitunabhängige Erhebungsform lassen sich gezielt und mit vergleichsweise wenig Aufwand große Stichproben realisieren und auch schwierige Zielgruppen erreichen (z.B. Websitenutzer, Geschäftskunden). Durch die Möglichkeit, Konzepte und Fragestellungen mittels Multimedia zu visualisieren, eignen sich Online-Befragungen vor allem für Fragestellungen, in denen Entscheidungen schnell und zuverlässig auf Basis (online-)repräsentativer Stichproben getroffen werden müssen.



## Einsatzbereiche

- Abbrecheranalyse
- Nutzerstrukturanalyse
- Moderatoren-Checkup
- Medien-Image- und Markenkernanalyse
- Online-Werbewirkungsanalyse
- Markenimageanalyse
- Produkttest
- Naming-Test
- Marktsegmentierung