



Online-Befragung (CAWI)

Die Online-Befragung ist eine schnelle und vergleichsweise kostengünstige Art der Datenerhebung. Daher hat sie sich als effiziente Marktforschungsmethode für viele Anwendungsfälle fest etabliert.

Die von Hopp & Partner eingesetzte, eigene Erhebungsoftware ist flexibel, zuverlässig und bietet ein Höchstmaß an Transparenz: Über Ihren eigenen Kundenbereich können Sie den Verlauf der Befragung beobachten und jederzeit Zwischenergebnisse abrufen.

Online-Kundenbefragung

Stehen E-Mail-Adressen von Kunden in ausreichender Zahl zur Verfügung, können diese schnell und kostengünstig online befragt werden.

So kann beispielsweise die Zufriedenheit der Kunden hinsichtlich unterschiedlicher Leistungsbereiche standardisiert gemessen und mögliche Mängel sowie Verbesserungspotenzial identifiziert werden. Auch das Marktpotenzial für mögliche neue Produkte oder Dienstleistungen kann ermittelt werden.

Durch eine regelmäßige Durchführung können Veränderungen im Zeitverlauf (z. B. Kundenbindung) genau beobachtet und der Erfolg von Maßnahmen überprüft werden.

Hopp & Partner verfügt über umfangreiche Erfahrungen in der Durchführung von Online-Kundenbefragungen sowohl im Consumer- als auch im B2B-Bereich.

Eine Online-Befragung von Kunden eignet sich jedoch nicht für alle Anwendungsfälle. Sinkt die Teilnahmebereitschaft unter ein bestimmtes Maß ab, können die Ergebnisse nicht mehr als repräsentativ gelten und damit nicht mehr als valide Grundlage für Marketingentscheidungen dienen. Dann sollten andere Erhebungsmethoden eingesetzt werden, z. B. eine telefonische Befragung. Hopp & Partner berät Sie gerne zur optimalen Erhebungsmethode in Ihrem Fall.

Mögliche Arten der Online-Befragung

- **Zielgruppenbefragung**
Spezielle Zielgruppen, z. B. Jugendliche, Kinogänger oder Nutzer bestimmter Dienstleistungen
- **Kundenbefragung**
Kunden aus Ihrer bestehenden Adressdatei
- **Onsite-Befragung**
Besucher Ihrer Website
- **Internetrepräsentative Befragungen**
(z. B. Panel)
- **Online-Befragung offline rekrutierter Teilnehmer**
(z. B. am POS oder auf Veranstaltungen)
- **Mitarbeiter- und Mitgliederbefragungen**



Online-Zielgruppenbefragung

Über eine panelgestützte Online-Befragung befragen wir für Sie Zielgruppen aller Art. Auch sehr spezielle Gruppen mit niedriger Inzidenz lassen sich gezielt ansprechen und online befragen.

Die Ergebnisse dieser Befragungen und Tests sind relevant, da nur diejenigen Personen kontaktiert werden, die Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung auch interessiert oder die eine vergleichbare Leistung bereits nutzen. Für die Rekrutierung der Zielpersonen greift Hopp & Partner auf das Panel eines renommierten Partnerunternehmens zurück.

Onsite-Befragung

Über eine Onsite-Befragung auf Ihrer Website kann die Struktur der Besucher und deren Herkunft genau analysiert und eine Beurteilung des Internetauftritts durch die Nutzer erfolgen.

Die Online-Befragung wird in Ihrem Corporate Design angelegt, für die Teilnehmer ist es daher nicht direkt ersichtlich, dass die Befragung über einen externen Dienstleister erfolgt.

Zur Ansprache der Zielpersonen setzt Hopp & Partner ein spezielles Pop-Up-Blocker-resistentes Pop-up ein. Auf der Website oder in einem bestimmten Themenbereich der Website erscheint beim Aufruf für jeden Nutzer einmalig ein zusätzliches Browser-Fenster. In diesem wird der Besucher um die Teilnahme an der Befragung gebeten. Das Befragungsfenster kann sich auch im Hintergrund öffnen, so dass die Befragung erst nach dem Verlassen der Website erfolgt.

Häufig interessierende Themen bei Onsite-Befragungen

- Ermittlung der Besucherstruktur der Website
- Abgleich angebotener Inhalte mit tatsächlicher Nachfrage
- Differenzierte Beurteilung des Internetauftritts
- Gefallens- und Missfallensmerkmale
- Herkunft der Besucher

Ansprache der Zielpersonen

Zur Ansprache der Befragungsteilnehmer können personalisierte Mailings mit frei definierbarer Absenderadresse durchgeführt werden. Es können individuelle Zutrittscodes vergeben werden, um bestehende Individualdaten mit der Befragung zu verknüpfen und in Abhängigkeit davon Fragebögen dynamisch anzupassen.

Qualitätsstandard



Alle Datenerhebungen werden nach DIN ISO 20252, den Standards für Marktforschungs-Dienstleistungen durchgeführt.



Hopp & Partner ist Mitglied der European Society for Opinion and Marketing Research.



Hopp & Partner ist Mitglied des Berufsverbandes Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.



Online-Befragungen werden nach den Empfehlungen der AGOF (Arbeitsgemeinschaft Online Forschung) umgesetzt.

Vorteile der von Hopp & Partner eingesetzten Software:

- Layout-Anpassung der Befragung an Ihr Corporate Design
- Komplexe automatische Filterführungen und Item-Randomisierung
- Umfangreiche Sicherheitsfunktionen (Automatische Eingabekontrolle, Vermeidung von Doppelausfüllen etc.)
- Individualisierte Befragung über Zutritts-codes
- Mediendarstellung, beispielsweise für Werbepretests: Bilder (Werbeanzeigen/Plakate), Videos (TV-Spots), Audio-Spots (Radiowerbung), Banner (Online-Werbung)
- Verknüpfung bestehender Individualdaten (z. B. von Kunden) mit den Ergebnissen der Befragung
- Ansprache beliebiger Zielgruppen über Panels möglich
- Ansprache erfolgt über E-Mailings, Interstitials oder Pop-Ups
- Unterstützung von internationalen (mehrsprachigen) Umfragen

