

Gruppendiskussion (Fokusgruppe)



Lernen Sie Ihre Kunden genauer kennen. Sie möchten Ihre Marketingstrategie überprüfen und benötigen dazu vertieftes Wissen über die Bedürfnisse Ihrer Kunden?

Mit Hilfe einer Gruppendiskussion erhalten Sie eine Vielfalt von Informationen auf komplexe Fragestellungen und relevante Ansichten direkt aus der Zielgruppe.

Gruppendiskussionen eignen sich auch bei einer Sortimentserweiterung oder einer Neulancierung. Durch die moderierte Fragetechnik des Gruppenleiters erhalten Sie wichtige Informationen über die Akzeptanz – und das innerhalb der gewünschten Zielgruppe.

Besonders geeignet für

- Konzeptüberprüfung
- Neue Ausrichtung der Marketingstrategie
- Sortimentserweiterung
- Verschiedene Stadien der Produktentwicklung
- Neue Lösungsansätze für Marken oder Produkte





Methode

Die von uns für Sie ausgewählten Diskussionsteilnehmer tauchen als Ihre Kunden sukzessive ein in die Welt Ihrer Firma, Ihrer Dienstleistungen und Ihrer Marken. Sie werden mit der Problemstellung konfrontiert und setzen im Austausch mit der Gruppe Assoziationen, Emotionen und Überlegungen frei. Ansichten werden so offengelegt und diskutiert.

Für Sie resultiert ein vertieftes Verständnis darüber, wie Ihre Kunden über bestimmte Ideen denken. Sie erhalten Antworten auf das «Warum» statt nur auf das «Wie oft». Damit ergibt sich ein klareres Bild der Vorstellungen, die in den Köpfen Ihrer Zielgruppe existieren.

Sie können mit den Ergebnissen rechtzeitig und kostengünstig Ihre Ideen den Kundenbedürfnissen anpassen und so das Marktrisiko minimieren.

Gründe, die für uns sprechen

Die SMP verfügt über eine gut geeignete Infrastruktur für Gruppendiskussionen (Beobachtungsraum, Warteraum, Küche) und hat viel Erfahrung auf diesem Gebiet.

Wir legen grossen Wert auf die sorgfältige Rekrutierung der Diskussionsteilnehmer, um falsche Schlussfolgerungen aus den Gesprächen zu vermeiden.

Unsere Projektleitung übernimmt für Sie die gesamte Umsetzung: Das Briefing, die Beratung, die Entwicklung des Interview-Leitfadens, die Moderation der Gruppendiskussion und der detaillierte Auswertungsbericht werden von derselben Person begleitet und durchgeführt.

Kombinationsmöglichkeiten

Durch die Kombination mit einer späteren, breiter angelegten Studie können Sie in der Gruppendiskussion aufgeworfene Fragen weiterverfolgen.

Prüfen Sie im Rahmen von Gruppendiskussionen verschiedene Produktideen auf ihre Erfolgchancen hin. Die resultierenden Produktentwicklungen können Sie in einem Konsumententest zur Auswahl vorlegen.

Gerne beraten wir Sie auch persönlich und entwickeln für Sie massgeschneiderte Lösungen.

swissmilk

Kontakt: Schweizer Milchproduzenten SMP
Marketing Services, Weststrasse 10, 3000 Bern 6
Telefon: 031 359 57 44, www.swissmilk.ch/marktforschung

