

MW
RESEARCH

MROC Market Research Online Community

ROCK FOR INSIGHTS!



Aktiver Dialog mit Kunden.

Das Digitale Zeitalter hat nicht nur zu einer Informationsexplosion geführt, in deren Verlauf die Speicherung des menschlichen Wissens fast vollständig digitalisiert wurde. Auch wuchs im letzten Jahrzehnt die Bedeutung jedes einzelnen Individuums auf Grund seiner digitalen Vernetzung. Nutzer-generierter „Content“, persönliche Erfahrungsberichte, Produktbewertungen und virtuelle soziale Interaktion wurden fester Bestandteil unseres täglichen Lebens.

Diese Revolution des Informationsflusses veränderte nicht nur die Art und Weise, in der Produkte und Dienstleistungen wahrgenommen, bewertet und konsumiert wurden. Auch ermöglichte diese neue Infrastruktur, einen dauerhaften Dialog zwischen Anbieter und Konsumenten aufzubauen.

Genau an diesem Punkt setzen die Online-Communities von MWResearch an:

Als Forscher stellen wir nicht nur Fragen, sondern beziehen die Konsumenten in einen aktiven und konstruktiven Prozess ein. Mehr noch: Auch die Vermarkter selbst können an den Dialogen und Foren teilnehmen und somit direkt mit den Konsumenten in Kontakt treten.

Die Vorteile einer Mobilen Research Online Community:

- Direkte Verbindung von Verbrauchern, Marken (bzw. deren Vermarktern) und Marktforschern in einer Online-Community.

- Hohe Ergebnisqualität durch Nutzung der gesamten Bandbreite interaktiver Tools sozialer Online-Plattformen, wie: Foren, Blogs, Chats, Diskussionen und Multimedia-Boards. Durch Kreativaufgaben können gemeinschaftlich Konzepte entworfen und optimiert werden.
- Direkter und aktiver Einblick in eine Konsumentengruppe, die ein spezielles Thema (Marke, Produkt, Dienstleistung etc.) diskutiert und weiterentwickelt.
- Besseres Verständnis von Verbraucher- und Konsumenten-Needs, da diese das Thema im Kontext und Ablauf ihres täglichen Lebens erfahren und bewerten.
- Mögliche Kombination mobiler Technologien (Smartphone, Tablets) mit stationären Befragungen zur Erfassung einer ganzheitlichen Nutzungserfahrung.

Dauer und Umfang:

Projektdauer und Anzahl der Testpersonen einer MROC richten sich nach Zielsetzung, Inhalten und Budget des Kunden.

So können Projekte über mehrere Monate laufen oder auch nur wenige Wochen dauern.

Die Teilnehmerzahl sollte zwischen 20 bis 30 Personen liegen, um ein vielschichtiges Meinungsbild zu erlangen.



Rufen Sie uns einfach an oder mailen Sie uns, wir beraten Sie gern persönlich!

Ihre Kontakte:

Ulrich Rieger +49(0)40 65800638
Ulrich.Rieger@mwresearch.de

Mike Adrian +49(0)40 65800623
Mike.Adrian@mwresearch.de