

Maritz Research

Potenziale erkennen und freisetzen

Als eines der weltweit führenden Marktforschungsinstitute liefert Maritz Research Marktwissen, das Unternehmen für erfolgreiche Entscheidungen benötigen. Die Tochter des US-Marketingdienstleistungskonzerns Maritz Inc. unterstützt Unternehmen darin, das Potenzial ihrer Produkte, Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden zu erkennen und freizusetzen. Maritz Research bietet ein breites Spektrum an Forschungsmethoden, um seinen Kunden Chancen und Risiken aufzuzeigen und hilft, strategische und operative Lösungen umzusetzen. Maritz Research ist globaler Marktführer im Bereich Kundenzufriedenheitsforschung und mit Branchenschwerpunkten in den Bereichen Automobil, Finanzdienstleistungen, Freizeit- und Tourismus, IT & Telekommunikation sowie Pharma tätig.

Maritz Research hat regionale Zentralniederlassungen in Nordamerika, Europa und Asien sowie ein Institutsnetzwerk von Partnern in über 40 Ländern. Wir sind stolz darauf, bereits 36 der 50 weltweit größten Unternehmen zu unseren Auftraggebern zählen zu dürfen.

Ergebnisse, auf denen Sie aufbauen können

Menschen vergleichen heute schnell den Wert verschiedener Angebote. Deshalb müssen Unternehmen die Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen ständig unter Beweis stellen. Maritz Research unterstützt Unternehmen dabei, komplexes Kundenverhalten zu verstehen und zu erklären, indem wir die relevanten Einflussfaktoren untersuchen.

Choice: Warum entscheiden sich Verbraucher für bestimmte Produkte oder Dienstleistungen?

Wenn Sie verstehen, welche Faktoren die Kaufentscheidung eines Verbrauchers beeinflussen, können Sie bessere Geschäftsentscheidungen treffen und effektivere Marketingstrategien entwickeln.

Wir unterstützen Sie bei der Beantwortung von Fragen wie z.B.:

- Ist meine Marke optimal aufgestellt?
- Wie und warum entscheiden sich Kunden für meine Marke und meine Produkte?
- Wie setze ich bei Marketinginitiativen Prioritäten, um das eingesetzte Budget optimal zu nutzen?

Die Marketingforschung im Bereich Choice beinhaltet zum Beispiel:

- Markenforschung
- Kundensegmentierung
- Usage- & Attitude-Studien
- Preisforschung
- Produktentwicklung

Experience: Wie erleben Kunden den Umgang mit Produkten oder Dienstleistungen?

Maritz Research bietet umfassende Lösungen zur Analyse und zum Management der Berührungspunkte, an denen der Endverbraucher seine Erfahrungen mit Ihrem Unternehmen macht. Wir sind das weltweit führende Institut im Bereich Kundenzufriedenheit. Wir messen die Loyalität und Zufriedenheit der Verbraucher, um unseren Auftraggebern zu helfen, ihr Unternehmen mit den Augen der Verbraucher zu sehen.

Wir unterstützen Sie bei der Beantwortung von Fragen wie z.B.:

- Sind meine Markenversprechen auf die Kundenerwartungen abgestimmt?
- Sind meine Betriebsabläufe so ausgerichtet, dass das Markenversprechen erfüllt werden kann?
- Wie kann ich überwachen, ob Betriebs- und Servicestandards eingehalten werden?
- Wie kann ich Mitarbeiter dazu bringen, das Markenversprechen zu vermitteln?



STEPHAN THUN,
Managing Director Europe
Maritz Research.

Maritz Research GmbH
Borselstraße 18
22765 Hamburg
Tel.: 040/36 98 33-0
Fax: 040/36 98 33-33
info@maritzresearch.de
www.maritzresearch.de

Marketingforschung in unserem Bereich Experience beinhaltet zum Beispiel:

- Customer Experience Measurement & Customer Satisfaction Research
- Integrated Voice of the Customer Architecture
- Employee Engagement Measurement
- Mystery Shopping

In einer Welt des schnellen Wandels müssen Unternehmen die Art und Weise, wie sie Kundenerfahrungen messen und managen, ändern. In einer Welt, in der Verbraucher mehr Selbstbestimmung und Einfluss erlangen, in der mit Internettechnologie immer mehr und immer einfacher Informationen ausgetauscht werden können und in der die soziale Verantwortung von Unternehmen neu beurteilt wird, haben sich auch die Spielregeln geändert.

Die Aufgabe von Marktforschung bleibt unverändert: Unternehmen und Verbraucher enger miteinander zu verbinden.

Um dies auch in Zukunft sicherzustellen, hat Maritz Research eine neue, dynamische Plattform für Customer Experience Measurement (CEM) entwickelt. Unser Programm CE 3D® bietet erhebliche Vorteile gegenüber herkömmlichen Programmen zur Kundenzufriedenheitsmessung.

Loyalty: Was bindet Kunden und hält sie vom Gang zur Konkurrenz ab?

Entscheidend für eine Steigerung der Kundentreue ist das Wissen, welche Messgrößen für Ihr Unternehmen herangezogen werden müssen. Durch die Erforschung der Kundenbindung verstehen wir, warum ein Kunde loyal ist, und können seine Zufriedenheit vorhersagen und steuern. So kann Ihr Unternehmen höhere Gewinne erwirtschaften und seinen Shareholder-Value steigern.

Wir unterstützen Sie bei der Beantwortung von Fragen wie z.B.:

- Wer sind meine besten Kunden und welche Faktoren beeinflussen ihre Entscheidungen?
- Welche Kunden sind in Zukunft treu, welche nicht?
- Wie integriere ich Kunden-Feedback erfolgreich in meine Kundenbindungsprogramme?
- Welche Marketingbotschaften sollte ich wann an welche Kunden senden?

Die Marketingforschung in unserem Bereich Loyalty beinhaltet zum Beispiel:

- Multidimensional Loyalty Model
- Competitive Loyalty Modeling

Maritz Research liefert handlungsorientierte und umsetzbare Ergebnisse, auf deren Basis Unternehmen gezielte Maßnahmen durchführen können, die dem nachhaltigen Unternehmenserfolg dienen.

More than Measurement

Maritz Research bietet nicht nur handlungsorientiertes Marktwissen, sondern berät Unternehmen aktiv bei der Anwendung und Umsetzung von Marktforschung im Unternehmensmanagement.

Bei Bedarf können wir hierbei auf die Zusammenarbeit mit unseren Schwesterunternehmen zurückgreifen und die Durchführung strategischer und taktischer Maßnahmen in den Bereichen Kommunikation, Mitarbeiterentwicklung und -motivation und Loyalty-Marketing aus einer Hand anbieten.