

mo'web research GmbH

Forschen, so weit das Internet reicht

Lateinamerika, Ost- und Westeuropa, Afrika. So unterschiedlich diese Regionen sind, global agierende Unternehmen sind marktübergreifend bekannt. Marketingkampagnen werden zwar von Land zu Land auf die lokalen Feinheiten abgestimmt, dennoch verwischen die Grenzen zunehmend. Da macht es Sinn, auch auf Marktforschung zu setzen, die den internationalen Kundenstamm erreichen kann.

Ein Ansprechpartner für viele Länder. Viele verschiedene Meinungen und Mentalitäten und trotzdem das Vertrauen in die Daten, das nur ein gemeinsamer, zentral gesteuerter Standard bieten kann.

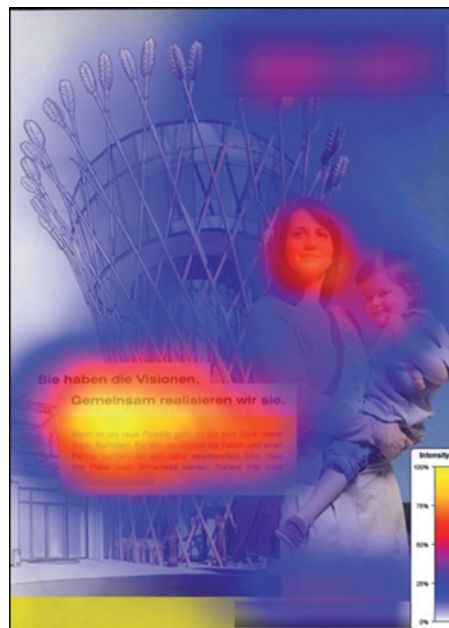
2004 gegründet, haben wir uns genau das zum Ziel gesetzt. Mittlerweile werden jährlich mehr als 950 nationale und internationale Studien aus der Unternehmenszentrale in Düsseldorf durchgeführt. Mit 1,1 Millionen Teilnehmern aus der ganzen Welt erreichen wir selbst die exotischsten Zielgruppen.

Wo es auf Beratungsseite gilt, Besonderheiten einzelner Märkte zu kennen, um Ergebnisse in Kontext setzen zu können, ist es nicht minder wichtig, Befragte richtig anzusprechen. Denn nur wer sich respektiert und verstanden fühlt, nimmt auch gerne an Umfragen

teil. Um eine optimale Ansprache unserer Teilnehmer zu gewährleisten, arbeiten wir eng mit lokalen Experten der jeweiligen Gepflogenheiten zusammen.

B-to-B-Befragungen – Wissen, was Entscheidungsträger denken

Genau so wie es von Land zu Land Unterschiede in der korrekten Ansprache gibt, variiert der optimale Umgangston von Zielgruppe zu Zielgruppe. Mehr als 300 000



VERGLEICH Klassisches Eyetracking und Online-Eyetracking.
Links Online-Eyetracking, N=300, rechts klassischer Labortest, N=30.



ULRICH PABST,
+49/1 74/1 94 48 07
u.pabst@mo-web.net

mo'web research
Mertensgasse 12
40213 Düsseldorf
+49/2 11/8 28 28 00
www.mo-web.net



Entscheidungssträger aus Industrie und Wirtschaft stehen Ihnen in unseren Panels Rede und Antwort. Wir stellen sicher, dass Sie den richtigen Ton treffen.

Um auch die richtigen Teilnehmer zu erreichen, stehen Ihnen umfangreiche Profil-Daten zur Verfügung, anhand derer genau die Befragten ausgewählt werden, die in die Zielgruppe gehören. Angefangen bei Einflussbereich und Entscheidungsbefugnis, bis hin zum Dienstwagen lassen sich Befragte vorselektieren, bevor auch nur eine Einladung versendet wird.

Online-Eyetracking

Neben der Überwindung von geografischen Grenzen schafft es das Internet, bereits bewährte Techniken und Methoden in gänzlich neue Sphären zu tragen.

Eyetracking-Studien konnten bislang nur in kleinen Stichproben und mit starker geografischer Einschränkung durchgeführt werden. Nun ist es möglich, globale, quantitative Erhebungen durchzuführen. Zentral gesteuert, stufenlos skalierbar und ohne jegliche zusätzliche Technik direkt beim Befragten zu Hause.

Möglich wird dies durch die Übertragung des fovealen und peripheren Sehens auf die Cursor-Bewegungen der Maus. Gemessen werden Bewegungsmuster und die Beobachtungsdauer einzelner Bildelemente. Das Tool ist für bildhafte Darstellungen ebenso geeignet wie für textliche. Entwickelt an der Universität zu Wien und in Österreich patentiert, überzeugt die Technologie auch im direkten Vergleich zu klassischen Labor-Eyetrackings.

UNTERNEHMENSPROFIL

mo'web research GmbH

Geschäftsführung:

Herbert Ernest Höckel & Oscar Ryan Gibson

2004 gegründet & inhabergeführt

Hauptsitz: Düsseldorf, Deutschland

Niederlassung : Cheshire, England

44 Mitarbeiter

2013: 900 000 Interviews in über 950 nationalen und internationalen Studien

1 100 000 Mitglieder in mehr als 19 Ländern

LEISTUNGSSPEKTRUM

- Globale Online-Befragungen von Konsumenten sowie Entscheidungsträgern aus Wirtschaft und Industrie
- Online-Eyetracking
- Studiendesign & Fragebogenentwicklung
- Fragebogenerstellung (Scripting & Hosting)
- Foren, Weblogs und Online-Gruppendiskussionen
- Webmonitoring & Bloganalysen
- Stichprobenziehung & Panels
- Telefonische & persönliche Referenzstichproben
- Datenaufbereitung & Analyse
- Tabellierung & Präsentation
- Ergebnisanalyse & Berichterstattung