
JUBILÄUMSAKTION HOMEPAGETEST

Sehr geehrte Damen und Herren, geschätzte Geschäftsfreunde!

Vor nunmehr 35 Jahren habe ich meinen Beruf als Markt- und Meinungsforscher im Rahmen des „Instituts für empirische Sozialforschung“ (ifes) aufgenommen. Nach 25 Jahren Wirken als zuständiger IFES- Bereichs- und Projektleiter (wirtschaftsnahe Forschung) habe ich dann gemeinsam mit meiner Partnerin das Unternehmen

mrm Markt- und Kommunikationsforschung

vor nunmehr 10 Jahren als Einzelfirma gegründet. Soweit die Geschichte einer langjährigen, einschlägigen Erfahrung.

mrm wurde als Kompetenzfeld für individuelle Problemlösungen für Klein- und Mittelbetriebe ins Leben gerufen, um den modernen und aktuellsten Entwicklungen der Marktforschung Rechnung zu tragen. Die Entwicklung hat uns aber gezeigt, dass wir den Bedürfnissen unserer Kunden besser und spezifischer gerecht werden können, wenn wir zur Betreuung unseres Netzwerkes und zur Optimierung der Geschäftstätigkeit die Rechtsform einer GmbH wählen; das zehnjährige Bestehen von mrm war für uns der Anlass, diesen Schritt der Umgründung von der Einzelfirma zur GmbH vorzunehmen. mrm wird somit künftig als

mrm Markt- und Kommunikationsforschung Ges.m.b.H.

firmieren. Aber wir halten auch für unsere treuen Kunden und Geschäftsfreunde anlässlich dieses Firmenjubiläums ein kleines Präsent parat: bis Ende Februar offerieren wir Ihnen einen HOMEPAGE- Test statt zum Standard-Preis ab € 1.500,- exklusive MwSt – und das, unabhängig vom tatsächlichen Umfang der Studie - um € 850,- (zuzügl. 20% Mwst).

Der Test selbst ist bei Auftragserteilung und Vorauszahlung bis Ende Februar jederzeit nach Ihren individuellen Wünschen mit einem Vorlauf von 5 Werktagen im ersten Halbjahr 2007 abrufbar. Näheres zur Methodik und Ablauf entnehmen Sie bitte dem Anhang dieses Schreibens.

In der Hoffnung auf eine weitere gute und erfolgreiche Zusammenarbeit verbleiben wir .

mit freundlichen Grüßen,

Manfred Machold, GF



MARKT - UND KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG Ges.m.b.H.

IHRE HOMEPAGE – IHR BILD IM INTERNET?

MRM – HOMEPAGETESTVARIANTEN

ALLGEMEINE INFORMATION
über

Vorteile der Befragungsmethode
Zugangsmöglichkeiten
Arbeits- und Zeitplan
Preisinformation

Traismauer, im Jänner 2007

Ausgangssituation

Sie sind seit Jahren erfolgreich am Markt, man kennt Ihr Unternehmen und hat sich ein – hoffentlich positives - Bild davon gemacht.

Doch wie wirkt Ihr Auftritt im Internet?

- Passt Ihre virtuelle Visitenkarte zu dem Bild, das man am Markt von Ihnen hat bzw. das Sie auch wollen?
- Welchen Eindruck hat der Besucher Ihrer Seite von Ihrem Unternehmen?
- Findet man sich zurecht?
- Entspricht sie den Erwartungen?
- War man zufrieden?
- Will man wiederkommen? (War man schon da? Wenn ja: wie oft?)

Und wer besucht Ihre Seite im Internet? Sind es Ihre bisherigen Kunden oder erreichen Sie damit neue Kundenschichten?

- Wer sind Ihre Besucher im Internet? (soziodemografische Merkmale)
- Welche Erfahrungen haben die Besucher mit Ihrem Unternehmen?
- Was war der Grund des virtuellen Besuchs?
- Wodurch ist man auf Ihre Homepage aufmerksam geworden?

Entspricht Ihre Seite den derzeitigen Vorstellungen von Usern und Anbietern?

Bei einer repräsentativen Befragung von 500 österr. Internetusern sowie einer Studie bei 50 Anbietern im Internet erwiesen sich die folgenden (subjektiven) Kriterien der Besucher für eine erfolgreiche Präsentation im Internet am wichtigsten:

- Jede Seite muss klar und übersichtlich sein
- ständig neue Inhalte (vor allem auf der Startseite) bieten
- gezielte Informationen (keine „Blabla-Inhalte“)
- durchdachte und verständliche Navigation (d.h.: jede Seite sollte direkt erreichbar sein)
- Kontaktdaten (Adresse, Tel.Nr., etc.) sollten immer sichtbar sein

mrm hat eine Befragungsmethode entwickelt, die auf alle diese Fragen die entsprechenden Antworten liefert, den

„mrm- Homepage-Test“.

Methodik:

Auf der Homepage des Auftraggebers wird an mehreren Stellen die Information erteilt, dass großes Interesse an der Meinung des Besuchers zur Homepage besteht und man ihn um Mithilfe ersucht. Über diesen Link wird der interessierte Besucher zum Fragenprogramm von mrm weitergeleitet, von wo der bearbeitete Fragebogen ohne Namensnennung an mrm gesendet wird, so dass die Anonymität der Befragung gewahrt bleibt.

Eine alternative oder zusätzliche Variante der Kontaktaufnahme wäre ein Pop-Under (ein Pop-Up nach Verlassen der Seite), wo jeder n-te (je nach Besucheranzahl Ihrer Site) um ein Interview gebeten wird.

Je nach Besuchshäufigkeit der Homepage können Link oder/und Pop-Under 1 bis 6 Wochen aktiviert bleiben. Ziel ist eine Interviewanzahl von mindestens 200 bis etwa 500 (bei häufig besuchten Seiten 1000 oder auch mehr wenn gewünscht) Interviews zu erhalten.

Die geprüften Antwortformulare werden wie klassische Fragebögen in einer Datendatei aufgenommen, auf Plausibilität geprüft und ausgewertet.

Das von mrm entwickelte Verfahren verhindert, dass ein und derselbe Fragebogen öfter in die Auswertung gelangt; damit wird garantiert, dass keine „Mehrfachbeantworter“ versuchen, ihrer Meinung durch mehrmalige Beteiligung an der Befragung größeres Gewicht zu verschaffen.

Untersuchungsvarianten:

Für den mrm – Homepage-Test stehen drei Varianten zur Verfügung:

1. HOMEPAGE-AKZEPTANZTEST

Erhebung der Akzeptanz der Homepage mit einfachen Statistikfragen. Das Fragenprogramm bezieht sich nur auf die besuchte Homepage (inklusive Geschlecht, Alter und Schulbildung der Homepage- BesucherInnen).

2. HOMEPAGE-VISITORTTEST

Akzeptanz der Homepage mit Erhebung der sozialen Struktur. Zusätzlich zum Fragenprogramm des Akzeptanztests werden weitere soziodemografischen Merkmale sowie das spezifische Besuchs-, Informations- und Kaufverhalten der Homepage-BesucherInnen erfragt.

3. HOMEPAGE-IMAGETEST

Erhebung der Akzeptanz der Homepage mit sozialer Struktur der BesucherInnen (wie bei HOMEPAGE-VISITORTTEST) sowie zusätzlicher Kriterien wie das Imageprofil des Unternehmens (im Vergleich zur Homepage) oder zu anderen, wobei auch individuelle Fragestellungen des Auftraggebers möglich sind.

Alle drei Testvarianten sind für alle Typen von Homepages anwendbar, wie z.B. für die Zwecke:

- Image und PR
- Information und Präsentation
- Präsentation und Shoppingmöglichkeiten

mrm-Homepage-Tests können auch mit Befragungen außerhalb des Internets (zum Beispiel mit schriftlichen Befragungsaktionen wie mrm-SAF-Methode) kombiniert werden!

Termine:

Die Erstellung des Fragenprogramms (Standardprogramm mit individuellen Fragestellungen) benötigt einen Vorlauf von drei bis 5 Werktagen.

Die Ergebnisse liegen, je nach Rücklauf und Länge des Fragebogens 3 bis 6 Werktage nach Befragungsabschluss in Tabellenform vor. Die Analyse der Ergebnisse in Form eines schriftlichen Berichts folgt eine Woche später.

Analyse und Bericht

Die Ergebnisse der Befragung werden in einem Tabellenband, aufgegliedert nach soziodemografischen und anderen für den Kunden interessanten Kriterien, zusammengefasst und gemeinsam mit einer kurzen Interpretation in Form eines pdf-files zur Verfügung gestellt.

In einer gemeinsamen Abschlussbesprechung werden Stärken und eventuell auszubessernde Schwächen der Homepage präsentiert sowie Optimierungsvorschläge diskutiert.

Kostenrahmen:

Die Kosten für die mrm- HOMEPAGE-TEST-Varianten richten sich nach der Dimension der betreffenden Homepage und der Länge des für die Befragung notwendigen Programms. (Ab € 1.500,- exklusive Mehrwertsteuer)

Für kontinuierliche Einschaltungen mit jeweils wechselnden (modifizierten) Fragenprogrammen sind Sonderkonditionen möglich.

Wir hoffen mit unserem Anbot Ihr Interesse geweckt zu haben und stehen für weitere Rückfragen und Abstimmungen gerne zur Verfügung.