



Qualitative Insights für erfolgreiche Entscheidungen

INNOFACT Qualitative Marktforschung

Qualitative Marktforschung wird bei **INNOFACT** als unverzichtbarer Bestandteil des Portfolios angeboten und seit Jahren erfolgreich für Auftraggeber eingesetzt. Erfahrene Psychologen und Kommunikationswissenschaftler als Moderatoren und Projektleiter garantieren eine effiziente Markt- und Sozialforschung – auch im qualitativen Bereich.

Kunden und Partner aus verschiedenen Branchen vertrauen auf **Qualitative Marktforschungslösungen von INNOFACT**, um Marketing- und Vertriebsentscheidungen zu überprüfen und abzusichern. So verschaffen sie sich entscheidende Wettbewerbsvorteile in hart umkämpften Märkten.



Qualitative Insights als Basis für Erfolg

INNOFACT ist in erster Linie für Online-Marktforschung bekannt. Aber auch auf dem Gebiet der qualitativen Methoden bietet das Institut eine hohe Expertise.

Dabei profitiert **INNOFACT** in hohem Maße von den eigenen Online-Konsumentenpanels, aus denen für jede qualitative Studie „frische“ und authentische Probanden rekrutiert werden.

Vielfach sind offline Rekrutierte in zahlreichen Datenbanken unterschiedlicher Studios registriert und haben bereits an vielen Studien teilgenommen. Mit „Profi-Probanden“ ist eine zuverlässige und valide Datenerhebung allerdings nur sehr eingeschränkt möglich.

Vorteile INNOFACT-Probanden

- Spontane, authentische Antworten
- Unvoreingenommene Diskussionsbeiträge
- Höhere Motivation und Neugier

Methodenspektrum

INNOFACT bietet ein vielseitiges Methodenportfolio, das sich exakt auf die Bedürfnisse der Auftraggeber abstimmen lässt:

- **Diskussionsverfahren**
 - Gruppendiskussionen
 - Mini-Gruppen
 - Triaden
 - Dyaden
- **Einzelexplorationen**
 - Halbstrukturierte Interviews
 - Tiefeninterviews
- **Expertenbefragungen**
 - Experteninterviews
 - Delphi-Befragungen
- **Ethnografische Verfahren**
 - Beobachtungen am POS
 - In-Home-Visits
- **Kreative Verfahren**
 - Kreativ-Workshops
 - Tagebücher
 - Collagen