



METHODEN



Online-Fokusgruppen für qualitative Insights

INNOFACT Fokusgruppen

Fokusgruppen werden 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.

INNOFACT als Online-Pionier in der quantitativen Forschung hat dabei selbstverständlich auch Prozesse implementiert, um Fokusgruppen online durchführen zu können. In der **Online-Fokusgruppe** können Konzeptideen evaluiert, Ursachen für Verbraucherverhalten identifiziert oder Ansätze für Markenpositionierungen entwickelt werden.

LÖSUNGEN

Methoden

Online-Fokusgruppen

DAS MARKTVORSPRUNGSINSTITUT.

INNOFACT  **AG**



Qualitative Online-Fokusgruppen als Basis für Erfolg

Mit dem **INNOFACT-Tool Fokusgruppen-Online** können Gruppendiskussionen virtuell durchgeführt werden unter Moderation eines ebenfalls digital zugeschalteten Marktforschers.

Die Vorteile liegen auf der Hand:

- Rekrutiert werden können Probanden bundesweit im Gegensatz zu physischen Fokusgruppen, wo immer eine Nähe zu Teststudios gegeben sein sollte, da sonst die Anfahrt für die Diskussionsteilnehmer/Probanden sehr aufwendig ist.
- Die Durchführung der Online-Fokusgruppen ist kostengünstiger als Präsenzfokusgruppen.

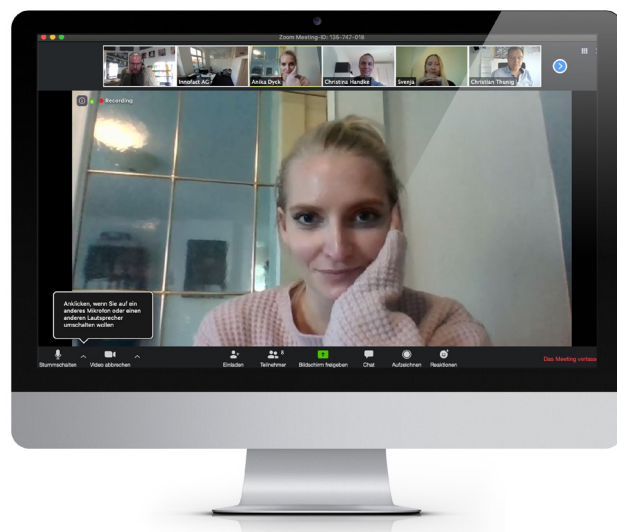
So funktioniert es:

Weder Proband noch der Auftraggeber müssen besondere software-technische Voraussetzungen erfüllen. Es muss also keine Software-Lösung installiert werden, da die Online-Fokusgruppen auch vollständig browserbasiert funktionieren. Die Diskussionsteilnehmer/Probanden brauchen lediglich eine Kamera am PC/Laptop oder Tablet.

- Probanden können dazu aus dem **INNOFACT-Online-Panel** gemäß Zielgruppendefinition rekrutiert werden. Natürlich können auch weitere Probanden telefonisch oder über die Xing-Rekrutierung der **INNOFACT** gewonnen werden.
- Der Ablauf einer Online-Fokusgruppe ist mit einer Gruppendiskussion im Studio absolut vergleichbar. Alle Teilnehmer der Gruppe können sich auf dem eigenen Bildschirm des PC oder des Tablets gegenseitig sehen. Der Moderator führt anhand eines Diskussionsleitfadens durch die Diskussion und die verschiedenen Diskussionsteilnehmer kommen zu Wort.

- Es können im Laufe der Online-Diskussion wie gewohnt **Stimuli** eingespielt werden wie bspw. Texte, Bilder, Audio oder Video.
- Dem Moderator steht ein „**Whiteboard**“ gleich einem Flipchart zur Verfügung, auf dem er malen, markieren oder Beiträge aus der Gruppendiskussion (bspw. Eigenschaften von Marken, o.ä.) sammeln und sortieren kann.
- Die Online-Fokusgruppe kann **vollständig** per Ton, Bild (unter Beachtung von DSGVO) und Chat **aufgezeichnet** werden.
- Die Moderatoren selber können im **Chat-Bereich** einzelne Teilnehmer anschreiben oder auch alle in der Gruppe.
- Der Auftraggeber kann wie im Studio hinter der **Spiegelwand** von seinem eigenen Rechner aus anonym die Gruppe beobachten.

So sieht es „live“ aus:



Ideal ist eine Gruppengröße von sechs Teilnehmern innerhalb einer Online-Fokusgruppe.

Alle beschriebenen Leistungen können auch modular bzw. separat abgefragt werden. Sie benötigen beispielsweise nur die Software, um die Online-Fokusgruppe durchzuführen? Kein Problem, sprechen Sie uns gerne an!

Fotos: Adobe Stock