



Erfolg ist messbar.

Sie haben Erfolg – wir messen ihn.

Das Sozialwissenschaftliche Forschungsbüro

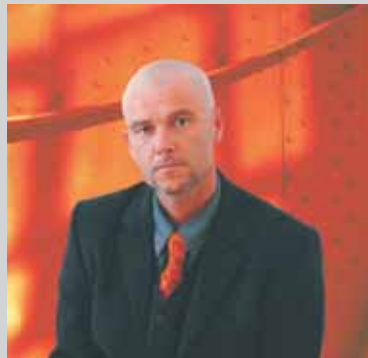
Seit mehr als 15 Jahren arbeiten wir erfolgreich mit Werbe- und PR-Agenturen zusammen. Wir bieten ein umfangreiches Portfolio im Bereich der **Markt- und Meinungsforschung**, der **Medienresonanzanalysen**, der **PR- und Projektevaluierung** sowie der **Strategieberatung**.

Maßgeschneiderte Designs, die Durchführung und Auswertung von hochwertigen Studien sind nicht nur unsere Schwerpunkte, sondern auch unsere Stärke.

Der Name unseres Unternehmens ist nicht zufällig gewählt: Wir fühlen uns den **internationalen** sozialwissenschaftlichen **Standards** und einer strengen wissenschaftlichen Ethik verpflichtet. Mindestens genauso wichtig ist uns aber ein **praxis- bzw. wirtschaftsnaher Zugang** für das Zustandekommen der Daten, Ergebnisse und Strategien.

Viele der eingesetzten Methoden haben wir eigens entwickelt, um punktgenau auf die Bedürfnisse unserer PartnerInnen eingehen zu können.

Wir möchten Ihnen hier einen kleinen Einblick in unsere Tätigkeiten, unser Know-How und unsere Ansätze vermitteln und Ihnen **gute Gründe** nennen, mit uns über eine mögliche **Zusammenarbeit** zu sprechen.



Univ.-Lekt. Mag. Andreas Baumgartner
Wissenschaftlicher Leiter und Inhaber

Wir freuen uns auf den Austausch,
den
Andreas Baumgartner

660
650
640
630
620
610
600
590
580
570
560
550
540
530
520
510
500
490
480
470
460
450
440
430
420
410
400
390
380
370
360
350
340
330
320
310
300
290
280
270
260
250
240
230
220
210
200
190
180
170
160
150
140
130
120
110



Kann man Erfolg messen?

Sie haben Erfolg mit Ihrer Agentur.

Ihre Stärken liegen in der **Kundenkommunikation** und allem, was dazugehört. Dabei weisen Sie Ihren Kunden den Weg.

Aber haben Sie auch **aussagekräftiges Datenmaterial**, das Ihnen bzw. Ihren Kunden exakt aufzeigt, wo Ihre Unterstützung notwendig ist, wie Ihre Strategien von den Zielgruppen akzeptiert werden, was gut funktioniert oder welche Kommunikationsstrategien Verbesserungspotenziale beinhalten?

Mit anderen Worten: **Wissen Sie punktgenau, wo es bei Ihren Kunden gut läuft, ob Ihre Maßnahmen greifen und was Sie noch für Ihre Kunden tun können?**

Nicht so genau? Wir können das ändern – wir klären solche Fragestellungen für Sie.

Wie wir an Ihre Fragen herangehen, hängt davon ab, in welcher Phase Sie sich gerade befinden:

- **Sie wollen einen neuen Kunden gewinnen.**
- **Sie haben gerade einen neuen Kunden akquiriert.**
- **Sie wollen einem bestehenden Kunden etwas Neues bieten.**
- **Sie wollen einem bestehenden Kunden aufzeigen, was Sie für ihn geleistet haben.**

Ihre Ausgangslage bedingt unser Forschungsdesign. Wir richten uns nach Ihren Vorgaben, Wünschen und Bedürfnissen.

Außerdem kombinieren wir unsere **langjährige Erfahrung** mit **Innovationsgeist** und entwickeln unsere Tools ständig weiter.

Wir liefern:

- maßgeschneiderte Designs in allen Bereichen
- klassische Umfragen, Online-Surveys und Focus-Groups
- Medienresonanzanalysen mit drei einander perfekt ergänzenden Modulen
- Work-Flow-Analysen und Mystery-Shopping
- Consumer-Studien
- übersichtliche und transparente Ergebnispräsentationen
- Entwicklung von Strategien

Wir verweigern:

- standardisierte Designs „aus der Schublade“
- Outsourcing der Datenerhebung an kaum qualifizierte Hilfskräfte und in Call-Center
- Omnibusumfragen, in denen Ihre Fragestellungen „irgendwie“ mitfahren
- Datenfriedhöfe und Ergebnisse ohne Strategieansätze

Wir sorgen dafür, dass Sie Ihre kreativen Ideen mit einer soliden Datenbasis absichern können.

660
650
640
630
620
610
600
590
580
570
560
550
540
530
520
510
500
490
480
470
460
450
440
430
420
410
400
390
380
370
360
350
340
330
320
310
300
290
280
270
260
250
240
230
220
210
200
190
180
170
160
150
140
130
120
110



660
650
640
630
620
610
600
590
580
570
560
550
540
530
520
510
500
490
480
470
460
450
440
430
420
410
400
390
380
370
360
350
340
330
320
310
300
290
280
270
260
250
240
230
220
210
200
190
180
170
160
150
140
130
120
110



Sie wollen einen neuen Kunden gewinnen.

Wir unterstützen Sie beim Pitchen.

Ein Pitch ist zwar aufwändig, aber auch die Gelegenheit einem potenziellen neuen Kunden zu zeigen, dass Ihre Agentur ganz genau weiß, was dieser braucht.

Dies gilt es im Vorfeld herauszufinden, d.h. Sie brauchen Informationen über das **Image Ihres potenziellen Kunden** (z.B. in der **Bevölkerung** oder in den **Medien**).

Wir erheben **Daten** zu Ihrem zukünftigen Kunden, dessen Marke sowie zu Produkten und Dienstleistungen. Mit einem Mix aus unterschiedlichen Methoden und Tools bekommen wir so ein exaktes Abbild des Imagewertes in einer beliebig großen Zielgruppe und/oder in den Medien.

Von uns bekommen Sie rasch **valide und aussagekräftige Ergebnisse**, sodass Sie Ihre Akquisestrategie darauf aufbauend entwickeln können.

Sie haben einen neuen Kunden akquiriert.

Wir helfen Ihnen beim Fine-Tuning Ihrer Ideen.

Der Pitch war ein voller Erfolg. Ihre kreativen Ideen für die gesamte Kommunikationsstrategie sind kaum zu bremsen.

Bevor Sie nun mit einer großen Aktion auf den Markt gehen, kann Ihnen eine **ausgereifte Pre-Testserie** helfen, den Erfolg Ihrer Ideen exakt abzuschätzen und die **Akzeptanz** bei den Zielgruppen abzufragen.

Wir entwickeln passgenau das nötige Tool zu Ihren Strategien und unterstützen Sie bei der **Feinabstimmung** Ihrer Ideen. Es wäre doch sehr ärgerlich, wenn die Zielgruppe Ihre Kreativleistung nicht verstehen könnte.

Wir liefern die nötigen **Ergebnisse**, damit Sie mit Ihren Strategien auf der sicheren Seite sind.

**Sie sind der kreative und strategische Experte –
wir sind für die Absicherung bei der Zielgruppe verantwortlich.**

**Sie wollen einem bestehenden Kunden etwas Neues bieten.
Wir sichern Ihre Ideen ab.**

Gute Marktkommunikation lebt auch davon, die Zielgruppen immer wieder mit **neuen Botschaften** und **Strategien** zu überraschen.

Nur neu zu sein ist aber kein Wert an sich. Daher sollte am Beginn von Innovationen immer eine **Analyse des Status-quo** stehen. Gibt es die nötige Offenheit für Neues? Oder hängt die Zielgruppe am Altbewährten?

Wir erheben den **Status-quo** der bisherigen Strategien, deren Akzeptanz und **testen** selbstverständlich auch die **neuen Ideen** ab. So bekommen wir ein exaktes Ergebnis aus einer beliebig großen Zielgruppe und/oder aus der medialen Berichterstattung.

Überraschen Sie sowohl Ihren Kunden als auch den Markt mit Ihren Innovationen – wir messen den möglichen Erfolg und helfen Ihnen beim Ausbau Ihrer USP.

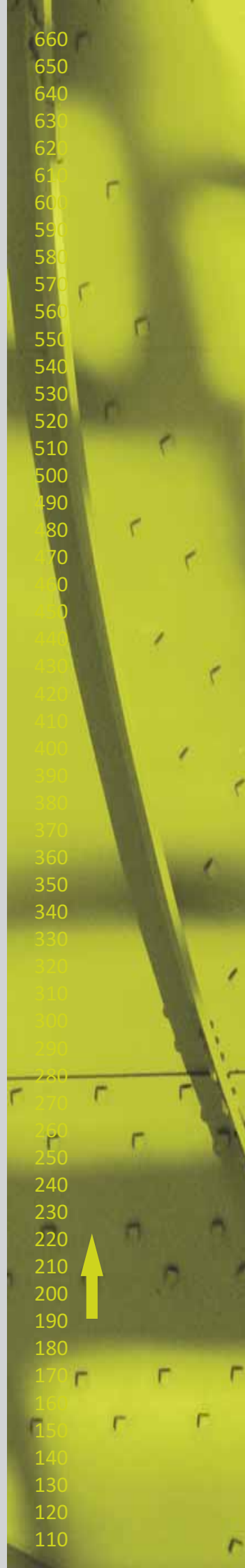
**Sie wollen einem bestehenden Kunden zeigen, was Sie für ihn geleistet haben.
Wir liefern Ihnen die Daten dazu.**

Auch wenn sich der unmittelbare Markterfolg oft z.B. mit Umsatzzahlen gut belegen lässt – für eine langfristige Absicherung der Marktposition benötigen Sie auch andere Daten.

Diese Daten helfen Ihnen auf jeden Fall in der **Bindung Ihres Kunden** an Ihre Agentur. Wenn der Erfolg messbar wird, dann wird auch Ihr Kunde weiterhin auf Sie vertrauen.

Unsere **Erfolgsmessung** strahlt jedoch auch **nach innen** aus. Mit belegbarem Erfolg lässt sich leichter und exakter planen – von Ihrer persönlichen Zufriedenheit einmal ganz abgesehen.

Sie wollen mit Innovationen Ihre Kunden an Sie binden – wir haben die empirisch abgesicherten Argumente für Sie.



660
650
640
630
620
610
600
590
580
570
560
550
540
530
520
510
500
490
480
470
460
450
440
430
420
410
400
390
380
370
360
350
340
330
320
310
300
290
280
270
260
250
240
230
220
210
200
190
180
170
160
150
140
130
120
110



Was können wir? Erstens können wir das Image messen.

Sie brauchen Informationen über das **Kundenimage** in der **breiten Bevölkerung**, bei den **Stakeholdern** oder in den **Medien**? Sie wollen das Soll-Image fest verankern, wissen aber wenig über das konkrete Ist-Image? Die Begleitung des Prozesses **vom Soll- zum Ist-Image** und die Erhebung der dafür notwendigen Daten ist eine unserer Kernaufgaben.

Was wir für das Image in der Zielgruppe tun können:

Wir erheben die **Imagewerte** zum Kunden, zur Marke und zu den Produkten und Dienstleistungen. Wir garantieren Ihnen dabei die nötige **Repräsentativität** und bieten bei Bedarf auch **fremdsprachige Tools** an.

Was wir für das Image bei den Stakeholdern tun können:

Hier muss der **Spagat zwischen dem knappen Zeitbudget** der Entscheidungsträger und der **nötigen Datentiefe** vollbracht werden – eine Übung, die wir perfekt beherrschen.

Was wir für das Image in den Medien tun können:

Die **Imageanalyse** von Medienberichten ist eines unserer **Parade-Tools**. Wir erheben nicht nur, ob ein Bericht „positiv“, „neutral“ oder „negativ“ ist, wie es andere tun. Unsere Imageanalyse liefert **exakte Ist-Images** inklusive der dazugehörigen **Imagefaktoren**, wodurch auch die **strategische Weiterentwicklung** planbar und möglich wird.

Was können wir noch? Wir können das Corporate Branding analysieren.

Beim Corporate Branding geht es oft um die Unverwechselbarkeit und den Erinnerungswert der Marke, um Fragen der Sympathie und der langjährigen Markenbindung.

Die Erhebung und Aufbereitung von Datenmaterial dazu, zur Umsetzung der Markenbotschaften und auch zu Konkurrenten auf dem Markensektor sind weitere Aufgabenbereiche, in denen wir Sie unterstützen können.

Was wir für die Marke in der breiten Bevölkerung tun können:

Wir erheben hier Daten zu **Markenerinnerung**, **Spontannennung**, **Markenbindung** oder **Einfluss auf die Entscheidungsfindung** und wir führen **Konkurrenzfeldanalysen** durch. Das Ergebnis wird genauso unverwechselbar sein wie die Marke.

Was wir für die Marke bei den Stakeholdern tun können:

Markenbindung und **Markentreue** sind gerade bei den Stakeholdern sehr wichtige Faktoren, da deren Impact auf die breite Bevölkerung ausstrahlt. Stakeholder sind also auch **Opinion-Leader**. Wir bringen hier vor allem Online-Surveys und Focus-Groups zum Einsatz.

Was wir für die Marke in den Medien tun können:

Die **Markenpräsenz** und vor allem die **Performance der kommunikativen Ziele** werden von uns mit dem Tool der **Zielanalyse** erhoben. Hier verfügen wir über sehr große und langjährige Erfahrung, auch noch so komplexe Ziele in transparente Analysedesigns umzuarbeiten. Mit den Ergebnissen der Zielanalyse wird eine **strategische Zielplanung** einfacher denn je.

Noch was? Ja, wir evaluieren Kommunikation.

Die **Analyse und Evaluierung von Kommunikation** gehören seit der Gründung unseres Unternehmens zu unserem **Kernbereich**. Wir haben hier bereits erfolgreich Evaluierungen durchgeführt, als andere noch darüber nachdachten, ob und wie denn das funktionieren kann.

Lassen Sie sich davon überzeugen:

Es funktioniert – und die gesamte Unternehmenskommunikation wird mit unseren Ergebnissen ausgesprochen gut plan- und steuerbar.

Was wir für die externe Kommunikation tun können:

Zwei unserer Tools (Image- und Zielanalyse) kennen sie bereits. Gemeinsam mit dem dritten Angebot, der **Input-Outputanalyse**, haben Sie ein **sehr effektives Instrumentarium** in der Hand, um die externe Unternehmenskommunikation gründlich durchleuchten zu lassen. Falls nötig, erheben wir auch bei den Zielgruppen die nötigen Daten.

Was wir für die interne Kommunikation tun können:

Die interne Unternehmenskommunikation analysieren wir nach zwei Gesichtspunkten:

1. Wie kommt diese bei den **MitarbeiterInnen** an?
2. Welche **Wege** nimmt die interne Kommunikation?

Hier arbeiten wir besonders gerne mit Focus-Groups (unserem zweiten Paradedeal) und Work-Flow-Analysen.

Die gesamte Unternehmenskommunikation wird auf jeden Fall lang- und mittelfristig **planbarer** und damit noch **effizienter** und **nachhaltiger**.

Haben Sie Interesse?

Wir präsentieren Ihnen gerne in einem persönlichen Gespräch die Möglichkeiten unserer Tools.

Weitere Informationen finden Sie auch unter www.dasbuero.at.

Und denken Sie immer daran:

Erfolg ist messbar.

Das Sozialwissenschaftliche Forschungsbüro

Westbahnstraße 5/9 | 1070 Wien

Fon: +43 1 33 00 215-15

Fax: +43 1 33 00 215 -10

Mail: erfolg@dasbuero.at

Web: www.dasbuero.at

660
650
640
630
620
610
600
590
580
570
560
550
540
530
520
510
500
490
480
470
460
450
440
430
420
410
400
390
380
370
360
350
340
330
320
310
300
290
280
270
260
250
240
230
220
210
200
190
180
170
160
150
140
130
120
110





Das Sozialwissenschaftliche Forschungsbüro

Westbahnstraße 5/9 | 1070 Wien

Fon: +43 1 33 00 215-15

Fax: +43 1 33 00 215 -10

Mail: erfolg@dasbuero.at

Web: www.dasbuero.at