

# So **scharf** haben Sie Ihre Zielgruppe noch nie gesehen.

Vorstellung und Leistungsspektrum

Mindfacts  
Usability- Marketing-Research

Dipl.Kfm. Patrick Gallitz  
Wörthstr.1  
D - 81667 München

14.02.2012

Tel.: 0049 (0)89 / 44 45 45 43  
Mail: [info@mindfacts.de](mailto:info@mindfacts.de)

## Ihr Partner für erfolgreiche Business- und Marketingentscheidungen

„Wir sind Experten für Usability-Forschung, POS-Experience, Media-Research und Brand- & Consumer Insights. Mindfacts unterstützt Sie mit Zielgruppenanalysen bei der erfolgreichen Entwicklung von Websites, Kommunikationsmitteln und Marketingkonzepten.

Wir ermitteln, was Ihre Zielgruppe bewegt und liefern Ihnen eine Basis für erfolgreiche Business- und Marketingentscheidungen, in allen Facetten Ihres unternehmerischen Handelns.“

### Leistungsspektrum

- ▶ **Produktentwicklung:**  
Identifikation von Nice-to-Have- und Must-be-Kriterien, Überprüfung des Namings
- ▶ **Produkteinführung:**  
Analyse der Wettbewerbsfähigkeit und Ermittlung von Preisstrategien
- ▶ **Informationsverhalten und Kaufmotive:**  
Identifikation des Medien-Sets und Ableitung der Treiber im Kaufentscheidungsprozess
- ▶ **Image und Marke:**  
Analyse der Markenidentität und Ableitung von Positionierungsmodellen
- ▶ **Kommunikation:**  
Werbewirkungsanalysen von Marketingmaßnahmen und Usability-Testing von Online-Angeboten

## 15 Jahre Erfahrung in der qualitativen und quantitativen Marktforschung



### Patrick Gallitz

#### ▶ Berufliche Stationen:

- Mindfacts (Geschäftsführer und Senior Consultant Marketing Research seit 2004)
- Psyma Group AG (Senior Consultant)
- Argonauten 360 Grad (Research Consultant – freiberuflich)
- Cyberprofit AG (Research Consultant)

#### ▶ Dozent für Online-Marktforschung, Usability und Eye Tracking:

- Tobii Technology GmbH (Trainer Eye Tracking)
- MHMK Hochschule für Medien und Kommunikation (Lehrauftrag Marktforschung)
- DDA (Dozent Werbepsychologie)
- Macromedia Akademie (Dozent Online-Marktforschung)

#### ▶ Studium:

- Diplom der Betriebswirtschaftslehre (Marketing, Werbepsychologie)

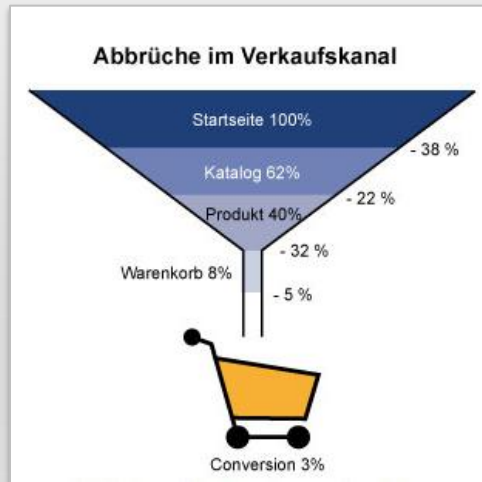
#### ▶ Persönliche Mitgliedschaften:



# Schauen Sie Ihrem User über die Schulter

## Usability-Forschung

- ▶ **Optimieren Sie Userverständnis, Spaßfaktor und die Conversion-Rate Ihrer Website!**
- ▶ Bewährte Methoden der Usability-Forschung sind:
  - User-Experience-Test > Ganzheitliches Erleben der Website testen
  - Rapid-Prototyping > Frühzeitig das Website-Konzept auf Zielgruppenakzeptanz untersuchen
  - Card Sorting > Die Informationsarchitektur auf Userverständnis überprüfen
  - Personas > Dem User mit prototypischen Nutzerprofilen ein Gesicht geben
  - OnSite-Befragung > Nutzerstrukturen und Usermotivationen auf der Website identifizieren
  - Expert Review > Unabhängige Gutachten in Anlehnung an ISO-Normen



## Tagebuch-Test

- ▶ **Verstehen Sie komplexe Informations- und Kaufentscheidungsprozesse auch außerhalb Ihrer Website!**
- ▶ Typische Inhalte einer Tagebuchstudie sind:
  - Ermittlung des Relevant-Sets an Print- und Online-Medien sowie Social-Media-Kanäle
  - Rollenbeschreibung der eigenen Website im Rahmen eines Informations- und Kaufentscheidungsprozesses
  - Aufdecken von Informationsdefiziten im Entscheidungsprozess und Ableiten von inhaltlichen Empfehlungen für die Website des Auftraggebers
  - Identifikation von Best-Practice-Beispielen hinsichtlich Nutzbarkeit und Nützlichkeit

**MINDFACTS**  
USABILITY • MARKETING-RESEARCH

STARTSEITE    ARTIKEL HINZUFÜGEN    KONTAKT

**Mein Tagebuch zur Gebrauchtwagensuche**  
Hans-Joel

Vie ergibt es Ihnen bei der Suche und dem Kauf Ihres Wunsch-Gebrauchtwagens? Lassen Sie uns helfen an den positiven und negativen Eindrücken Ihrer Suche und - sollten Sie fündig werden - auch an Ihrem Kauf. Nehmen Sie ruhig alle, vorüber Sie nachdenken!

Besonders engagierte und interessierte Beiträge können sich am Ende zeigen! Wir bedanken uns bei den drei ausgewählten Tagebüchern zusätzlich mit je einem Amazon-Gutschein im Wert von 50€.

**erste besichtigungen**  
veröffentlicht am 14. Dez. 2011 um 17:00

über allgemeinlich die und diese anzeigen in einer Apposition habe ich 4 verbale: einen ergebnis (oder: interessan: die größtmögliche Zu helfen vorübergeben passiert mich interessieren, kundentest, nach dem bestellbarkeitsniveau können furcht mich 2 Jahre in Frage, welche ich sehr gerne befragt habe.

eine dieser beiden Autos vor sehr optischen, praktischen und allen nötigen details hier okay, aber hat mit dem befragter her weiter überhaucht noch zugewagt!

**suche etwas eingegrenzt**  
veröffentlicht am 14. Dez. 2011 um 17:00

ich habe meine suche, nachdem ich mich bisher nur sehr allgemein informiert habe, etwas eingegrenzt:

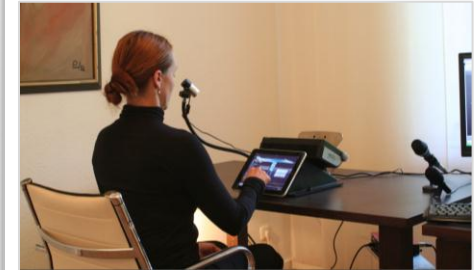
- bis 150.000€ geboten
- mind. 100%
- nicht älter als 15 Jahre (außer es wurde sehr wenig gefahren)
- nachfrage: 2008-9

Mindfacts-Blog für Zielgruppenforschung

## Rüsten Sie sich für die Anforderungen der mobilen Welt

### Mobile User-Experience-Test

- ▶ **Testen Sie Ihre App / Mobile Website auf Usability, Utility und Look & Feel!**
- ▶ Klassische Fragestellungen eines App-Tests sind:
  - Wird eine akzeptable Ladezeit auch über UMTS erreicht?
  - Sind Navigationselemente auf die Touchscreens von Tablets und Smartphones abgestimmt?
  - Setzen sich Call-to-Action-Elemente ausreichend von Content und Bebilderung ab?
  - Weist die App trotz kleinem Display konsistent eine gute Lesbarkeit auf?
  - Liefert die App einen emotionalen oder funktionalen Mehrwert für den User?
- ▶ Wir setzen modernste Eye Tracking Setups auch auf mobilen Endgeräten ein.



App-Test auf dem iPad2 im Labor von Mindfacts



### App-Monitoring

- ▶ **Messen Sie das Nutzerverhalten in Ihrer App über KPIs und InApp-Befragung!**
- ▶ Klassische Key-Performance-Indikatoren sind:
  - Geräte-Erkennung, Anzahl Nutzer und Nutzungsfrequenz
  - Dauer des Besuchs und View Impressions
- ▶ Typische Inhalte einer InApp-Befragung sind:
  - Explizite Bewertung einzelner Leistungsaspekte
  - Brand-Fit
  - Wünsche und Anregungen
  - Soziodemografie

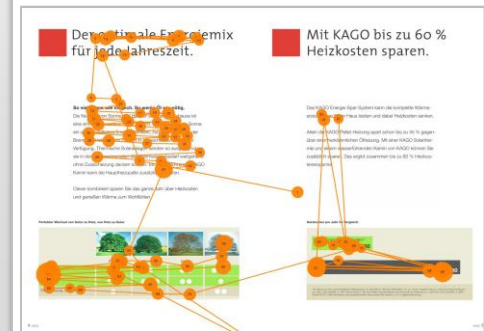


Aussagekräftige Heatmaps auf den iPad2

# Optimieren Sie gezielt Ihre Werbemittel

## Redaktioneller Anzeigentest (Copytest)

- ▶ **Wählen Sie die effektivste Anzeige für Ihre Mediaplanung aus!**
- ▶ Ein Anzeigentest liefert Aussagen zu:
  - Visuelles Guiding auf der Anzeige
  - Verständnis der Werbebotschaft
  - Akzeptanz und Glaubwürdigkeit des Angebots
  - Brand-Fit der Anzeigengestaltung
  - Aktivierung durch die Anzeige (Handlungsimpuls)
  - Werbewirkung von Anzeigenvarianten im Vergleich



Gazeplot in einer Imagebroschüre

## TV-Spot-Test

- ▶ **Überprüfen Sie Spot-Dramaturgie, Markenkommunikation und Aktivierung der Zielgruppe!**
- ▶ Ziele eines TV-Spot-Tests sind:
  - Inhaltliche Brüche zu umgehen
  - Längen zu vermeiden
  - Verständnisschwierigkeiten auszuräumen
  - Kernbotschaften wie Logo und Preis richtig zu platzieren
  - Die Zielgruppenaktivierung zu optimieren



Heatmap auf einer TV-Szene

## Erzielen Sie am POS eine maximale Wirkung Ihrer Produkte

### Verpackungstest

- ▶ **Überprüfen Sie Markenprägnanz und Kaufimpuls der Verpackung !**
- ▶ Typische Inhalte eines Verpackungstests sind:
  - Spontane Anmutung und Haptik der Verpackung
  - Stärken und Schwächen hinsichtlich Optik, Informationsgehalt und Handhabung
  - Brand-Fit der Verpackung
  - Orientierungsverhalten auf der Verpackung (Eye Tracking)
  - Präferenz bei verschiedenen Designentwürfen



Heatmap eines Regals für Handy-Zubehör

### Regaltest (Shelf-Test)

- ▶ **Stellen Sie Durchsetzungskraft und Werbewirkung Ihrer Produkte am POS sicher!**
- ▶ Fragestellungen einer Studie am POS sind:
  - Setzt sich das Produkt gegen den Wettbewerb aufmerksamkeitsstark in Szene?
  - Welchen Einfluss haben Regal-Aufbau, Werbeplatzierung und Produktposition auf das Entscheidungsverhalten?
  - Welches Orientierungsverhalten lösen Varianten der Verpackungsdesigns aus? (Eye Tracking)
  - Welche Anforderungen stellt der Konsument an die Produktpräsentation und Beratung?
- ▶ Die Einkaufssituation vor dem Regal kann auch in Labortests und Online-Regaltests simuliert werden.



Regaltest mit Eye Tracking am POS



Bewegungsfreiheit  
mit Tobii Glasses G30

## Erkennen Sie, wie Ihr Unternehmen von der Zielgruppe wahrgenommen wird



### Qualitative Image- / Markenanalyse

- ▶ **Wir zeichnen Ihr Markenbild auf der emotionalen Betrachtungsebene der Zielgruppe!**
- ▶ Bewährte Methoden der qualitativen Forschung sind:
  - Projektivtechniken
  - Collagen
  - Planetenreise
  - Personifizierung



### Quantitative Image- und Markenanalyse

- ▶ **Wir erstellen repräsentative und statistisch valide Marken- und Positionierungsmodelle!**
- ▶ Bewährte Methoden der quantitativen Forschung sind:
  - Penalty Reward Treiber Analyse
  - Lisrel Strukturgleichungsmodell
  - Multidimensionale Skalierung
  - Regressionsanalyse
  - Faktorenanalyse

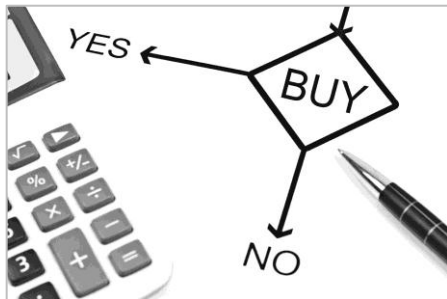
# Identifizieren Sie Optimierungspotentiale für eine hohe Kundenloyalität

## Kundenzufriedenheitsforschung



- ▶ **Wir ermitteln Treiber für Kundenloyalität und Weiterempfehlung!**
- ▶ Typische Verfahren der Kundenzufriedenheitsforschung sind:
  - Penalty-Reward-Treiber-Analyse
  - KANO-Analyse
  - GAP-Analyse

## Preisforschung



- ▶ **Wir entwickeln und validieren Preismodelle und Monetarisierungskonzepte!**
- ▶ Bewährte Methoden der Preisforschung sind:
  - Preistransparenztest
  - Preisschwellenanalyse (Gabor-Granger / van Westendorp)
  - (Adaptive) Conjoint-Analyse
  - Brand-Price-Trade-Off
  - Willingness-to-pay

## Modernste Technik in ansprechendem Ambiente

### Teststudio-Leistungen

- ▶ Professionelle Stichproben-Rekrutierung (B2B und B2C)
- ▶ Sorgfältige Auswahl qualifizierter (Fach-) Interviewer
- ▶ Einsatz apparativer Verfahren (Eye Tracking, Browser Tracking)
- ▶ Beratung bei Eye Tracking Einsatz
- ▶ Netzwerk an erfahrenen Usability-Experten
- ▶ Gehobenes Catering
- ▶ Internationales Netzwerk mit Studios und Panel-Anbietern

### Vielfältige Einsatzmöglichkeiten

- ▶ User-Experience-Test am PC
- ▶ App-Test auf Tablet / Smartphone
- ▶ (Redaktioneller) Anzeigentest
- ▶ TV-Spot-Test
- ▶ Regaltest im Labor
- ▶ Mailing-Test (Out-of-the-Letterbox)
- ▶ Kreativ-Fokusgruppen



Face2Face-Gespräche



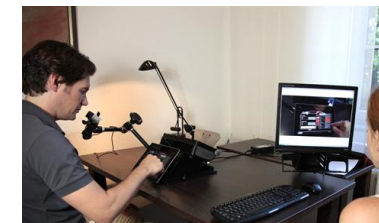
User-Experience-Test mit Eye Tracking



Testing live beobachten



Flur mit Wartebereich



App-Test auf einem iPad



Special: Eye Tracking Bus (Multi-Client) auf iPad / iPhone

## Zu optimierter App-Usability in 3 Steps!

So gehen wir gemeinsam vor:

- Sie wählen eine Website / mobile Website / App für die Testreihe aus.
- Aus dem Briefing leiten wir individuelle Interviewfragen für die Bewertung Ihrer Maßnahme ab.
- Wir analysieren Ihre App über Nutzung (Eye Tracking) und Bewertung durch Ihre Zielgruppe.
- Sie erhalten einen PowerPoint-Bericht mit einem handlungsorientierten Management Summary und anschaulichen Eye Tracking Grafiken.

Das sind Ihre Vorteile:

- Sie fördern mit einem intensiven Schulterblick das Verständnis für die App-Nutzung .
- Sie setzen mit den Eye Tracking Daten in der Mobile-Forschung auf implizite Messverfahren.
- Sie identifizieren frühzeitig Schwachstellen und Optimierungspotentiale Ihrer Website / App.
- Sie optimieren die Effektivität und Effizienz Ihrer Anwendung / Website.
- Sie profitieren in der Multi-Client-Studie von attraktiven Kostensynergien.



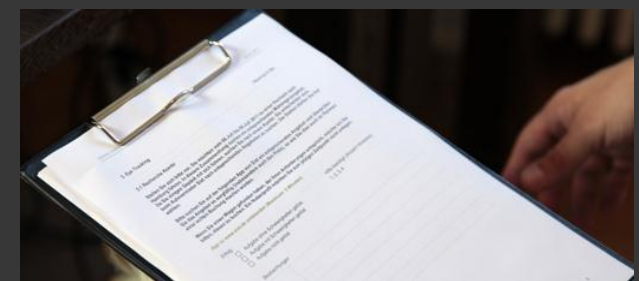
### 1 Mobile Eye Tracking

- Sind bedeutende Informationen aufmerksamkeitsstark platziert?
- Gelingt ein visuelles Guiding auf der mobilen Webseite / App?
- Welche Elemente zählen zu den Eyecatchern, welche Elemente finden keine Beachtung?
- Welche Informationen werden von den Usern / Lesern nur oberflächlich betrachtet und welche werden gelesen?



### 2 Interview

- Ist die mobile Website / App auf dem Endgerät intuitiv nutzbar?
- Gibt es Stolperfallen im Navigationsprozess?
- Vermittelt die mobile Website / App einen glaubwürdigen und ansprechenden Eindruck?
- Passt die mobile Website / App zum Unternehmen / Produkt?
- Löst die mobile Website / App einen Handlungsimpuls aus?



### 3 Usability Analyse

- Grafische und statistische Auswertung der Blickaufzeichnungen
- Analyse und Interpretation der abschließenden Interviews
- Bericht mit Heatmaps, Screenshots und Zitaten der Teilnehmer
- Management Summary und umsetzungsorientierte Handlungsempfehlungen
- Optional: Abschlussworkshop

Beispiel Stichprobe iPad2: n=16 Teilnehmer

- 50% Männer, 50% Frauen
- Alter: 20 bis 40 Jahre
- Hohes Bildungsniveau
- 100% HH-Nettoeinkommen > 3.500 €
- 100% nutzen das iPad2 an mindestens 3 Tagen in der Woche
- 100% haben bereits (kostenpflichtige) Apps auf ihrem Gerät installiert

**Regelmäßige Multi-Client-Studien**

Basis-Preis **ab 2.950 €\***

\* Preis ohne Mehrwertsteuer. Der Basis-Preis beinhaltet den Test einer App im Rahmen eines 15 minütigen Interviews: Testszenario und anschließende Bewertung anhand eines Leitfadens und eines standardisierten Look & Feel Fragebogens, Eye Tracking limitiert auf 2 Szenen, 1 Beispielvideo

## Das sagen unsere Kunden



„Der Konzept-Test hat sich voll und ganz gelohnt. Der von Mindfacts durchgeführte Konzept-Test mit Eye Tracking hat für die weitere strukturelle und gestalterische Ausgestaltung unseres Online-Projekts wichtige Erkenntnisse geliefert. Die Investition hat sich daher sehr gelohnt.“

Martin Reiher, Projektmanager, Aperto AG

„Ein großes Kompliment. Nach fast 20 Jahren in dieser Branche und vielen Projekten wie xing, studiVZ, lokalisten und vielen mehr darf ich sagen, dass ich derartige Analysen noch nicht zu Gesicht bekommen habe - super ... großes Kino.“

Steve Pscheid, Projektmanager, Fan-Orakel

„Gemeinsam mit Mindfacts haben wir eine Studie zum Prozessdesign bei der Online-Beantragung von Girokonten durchgeführt. Über die gesamte Durchführung bis hin zur Aufbereitung der Studienergebnisse hat Mindfacts unsere Erwartungen voll erfüllt.“

Wolfgang Vogt, Vorstand, Zieltraffic AG

# Ihr Partner für erfolgreiche Business- und Marketingentscheidungen

## Ihr Ansprechpartner:



**Dipl.-Kfm. Patrick Gallitz**  
Senior Consultant Marketing-Research

**MINDFACTS**  
Usability • Marketing-Research  
Wörthstr.1  
D - 81667 München

Web: [www.mindfacts.de](http://www.mindfacts.de)  
Mail: [gallitz@mindfacts.de](mailto:gallitz@mindfacts.de)  
Telefon: + 49 (89) 44 45 45 43  
Mobil: + 49 (174) 305 91 76

Persönliche  
Mitgliedschaften



Copyright:  
Diese Präsentation ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung oder Verwendung der Inhalte oder Bilder ist ohne Zustimmung von MINDFACTS unzulässig.