OmniTaxi Deutschland

OmniTaxi – Kernprofil – Deutschland 1

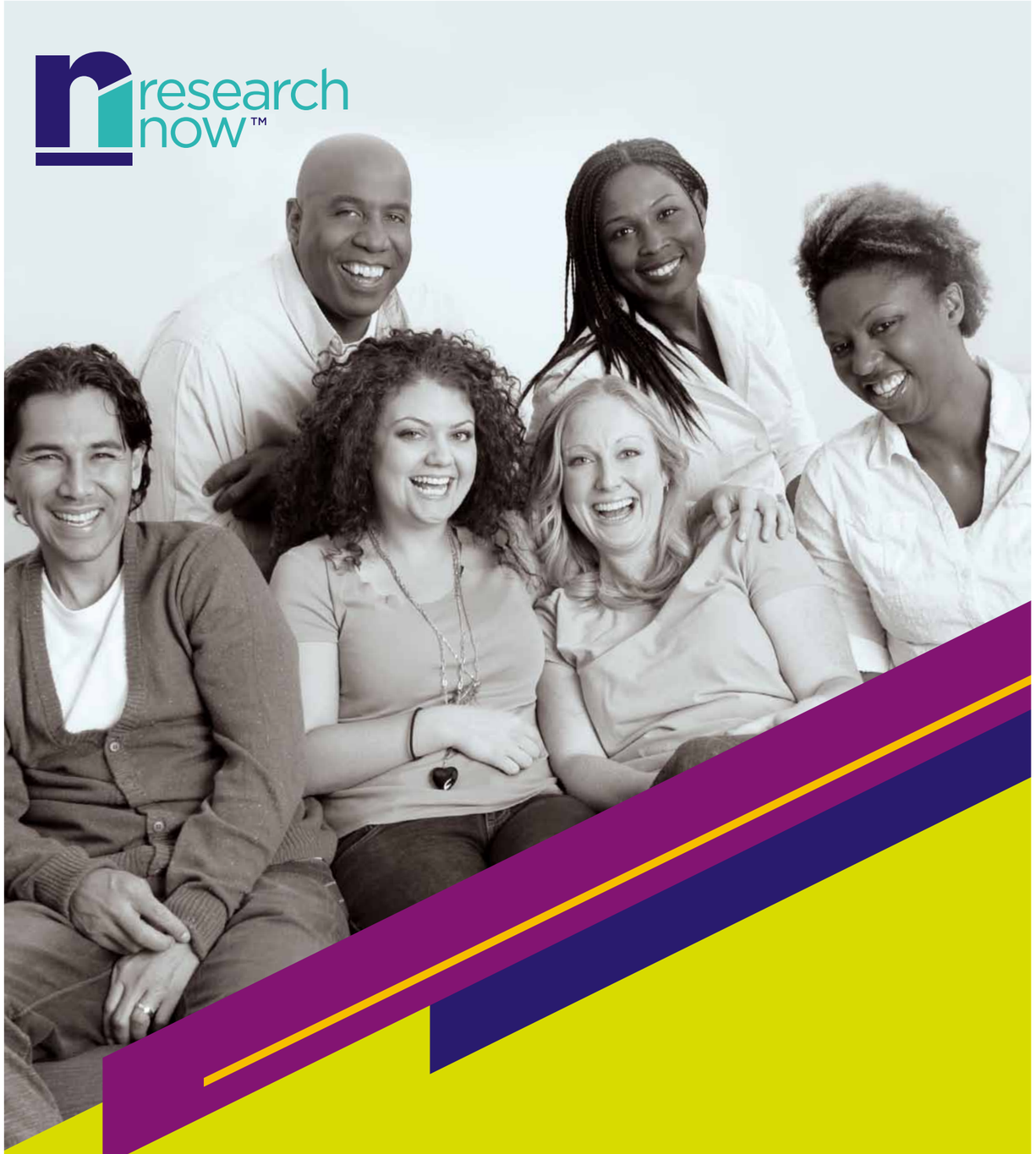
DEUTSCHLAND 1 – NATIONAL REPRÄSENTATIVE QUOTIERUNG NACH		
GESCHLECHT	männlich weiblich	48% 52%
ALTER	16 - 24 25 - 34 35 - 44 45 - 54 55+	14% 15% 20% 16% 35%
REGIONALE HERKUNFT	Baden-Württemberg Bayern Berlin Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt Nordrhein-Westfalen Thüringen, Sachsen	13% 15% 4% 16% 14% 8% 22% 8%

OmniTaxi – Weitere Selektionskriterien

DEUTSCHLAND 1	DEUTSCHLAND 2	DEUTSCHLAND 3
DEMOGRAFISCHE DATEN		
National Rep. Nur Männer Nur Frauen Vollzeitbeschäftigte *TELEKOMMUNIKATIONS -ANBIETER* Handybesitzer	16-24 Jahre 25-34 Jahre 35-54 Jahre *TELEKOMMUNIKATIONSANBIETER* Mobilfunkkunden mit Vertrag SMS Versender Handsetprovider NOKIA Handybesitzer Mobilfunkkunden mit Prepaid Karten *VERBRAUCHER* Verantwortliche für Haushaltseinkäufe *AUTOMOBILBEREICH* Autobesitzer *FINANZBEREICH* Hauptentscheider bei Finanzanlagen Hausbesitzer Mieter	Oberes Management Mittleres Management Gehobene Fachposition Eltern mit Kindern unter 18 Jahren Studenten Raucher *VERBRAUCHER* Katzenhalter Hundehalter *TELEKOMMUNIKATIONSANBIETER* 02-Kunden ePlus-Kunden T-Mobile-Kunden Vodafone-Kunden Deutsche Telekom Festnetz-Kunden Arcor Festnetz-Kunden Motorola-Handybesitzer Samsung-Handybesitzer Siemens-Handybesitzer Sony Ericsson-Handybesitzer MMS-Versender

Bitte beachten Sie, dass sich die Preisstellung nach der jeweiligen Kategorie (1-3) richtet. Kontaktieren Sie hierzu Ihren Ansprechpartner bei Research Now.

www.researchnow.com
Hamburg: +49 (0) 40 398 0676 - 0
München: +49 (0) 811 9987 768 - 0
infoDE@researchnow.com
Frankfurt: +49 (0) 6174 919 387



OmniTaxi Deutschland

OmniTaxi Deutschland

Mit OmniTaxi von Research Now erhalten Sie innerhalb kürzester Frist präzise Ergebnisse aus kurzen und schnellen Online- Befragungen. Im Vergleich zum traditionellen Omnibus stellt das OmniTaxi die flexiblere und zielgruppenspezifischere Alternative dar. Sie brauchen nicht auf wöchentliche oder monatliche Feldzeiten Rücksicht zu nehmen und Sie sind der einzige Kunde an Bord. Es gibt daher keine Beeinflussung des Antwortverhaltens oder Rückkopplungen.

Das OmniTaxi schafft einen echten Mehrwert: Es ermöglicht Marktforschungsinstituten, PR- und Werbeagenturen, sowie betrieblichen Marktforschern einen schnellen Einblick in ihre Märkte. Einsatzbeispiele, in denen OmniTaxi das Geschäft wirksam unterstützt hat, umfassen unter anderem:

- Testen des Marktes in einer frühen Phase – z.B. eine Vorstudie für ein großes Projekt
- Krisenmanagement – erforschen der Reaktionen auf eine Kampagne, Umfragewerte oder ein Produktproblem
- Testen einfacher Bildmotive, Videoclips oder Audioclips, wenn es auf schnelle Ergebnisse ankommt
- Entwickeln und Testen von PR-Mitteilungen
- Inzidenz-Checks
- Schnelle Meinungsumfragen
- Mehrländer-Befragungen
- Multi-country perspectives
- Und viele weitere Möglichkeiten, wenn es um das schnelle und flexible Liefern von Ergebnissen geht

Nehmen Sie das Research Now OmniTaxi

Es fährt wohin Sie wollen, wann Sie wollen und wo Sie wollen!

Wer?

- Wählen Sie die passende Zielgruppe aus unserer Liste bereits erfasster Selektionskriterien aus
- Wählen Sie die gewünschte Stichprobengröße: 500 / 1.000 / 2.000

Was?

- Das OmniTaxi erlaubt Ihnen, fünf Fragen zu stellen (zusätzlich zu drei demografischen Fragen seitens Research Now). Die Lieferung der Ergebnisse erfolgt bereits ab 24 Stunden

Wo?

- In Deutschland – Sie nehmen das Taxi und fahren, wohin Sie möchten
- Ebenfalls verfügbar in Europa, US, Kanada und Asien-Pazifik

Wann?

Wann immer Sie wollen – die Zeiten der Ergebnislieferung richten sich nach Ihren Anforderungen

Starten Sie mit OmniTaxi:

- Abends oder nachts unter der Woche, um spezifische Werbewirkung zu erfassen
- An Wochenenden, um die Wirkung von Sport- oder Kulturveranstaltungen zu erfassen
- Unverzüglich nach Fernsehdebatten und dann nochmals nach einigen Tagen, um den Meinungstrend zu erfassen

Ergebnisse

- Fragen, Antworten kreuztabelliert nach Alter, Geschlecht, regionaler Herkunft
- Alter, Geschlecht und regionale Herkunft sind als Standarddaten inbegriffen