

GreenAdz

„Mit Marktforschung
Bäume versetzen“ – neue
Wege sinkenden
Responseraten und
Feedbackmüdigkeit zu
begegnen



Dr. Sandra Gärtner
Hamburg, 28. Juni 2016

User sind genervt.

Ca. **5.000** Werbebotschaften prasseln
on- und offline **jeden Tag** auf den Konsumenten ein.



Bildnachweis: Bilddatenbank www.pigs.de, Lisa Spreckelmeyer, „F*ck sw“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/)

Die Konsequenz:

Bannerblindness, sinkende Klickraten, zunehmende Ad Bocker Nutzung in der Werbung.

Noch mehr Ihre-Meinung-Ist-uns-Wichtig-Einladungen via PopUp, sinkende Responsequoten, Feedbackmüdigkeit in der **Marktforschung**.



Bildnachweis: Bilddatenbank www.pigs.de, myfotoart, „courbé“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/)

R.E.S.P.E.K.T. – nicht nur beim Fußball.

Der Schlüsselwert für den Umgang mit Kunden in Werbung und Marktforschung



Bildnachweis: "Michael Bruder Respekt - Schriftzug mit 1000 Menschen"

Respektlosigkeit in der Marktforschung (I)

Haben Sie Alkohol vor kurzem oder in den letzten 3 Monaten?

- Ja
- Nicht



Quellen: GreenAdz "Fundstück der Woche" – mehr unter: Perlen der Online-Marktforschung. In unserem Blog <http://www.greenadz.de/greenadz-blog>

Haben Sie auch ein respektloses Fragebogenbeispiel – bitte senden an: fundstueck@greenadz.de

Bildnachweis: Danke, Frank Lüttschwager von EARSandEYES für dieses Beispiel!

Respektlosigkeit in der Marktforschung (II)

Starten



Ende

Wir, die Menschen in den verschiedenen Altersgruppen und Beruf reden und möchte Ihnen ein paar Fragen stellen, um zu sehen, ob Sie qualifiziert.

Weiter



Bitte verwenden Sie während der Studie nicht die Browser-Schaltflächen „Weiter“ und „Zurück“. Um durch die Studie zu navigieren, verwenden Sie bitte nur die Schaltflächen „Weiter“ und „Zurück“, die sich unten auf jeder Seite befinden.

Bitte klicken Sie hier, um ein Problem mit dieser Seite zu melden.

Quellen: GreenAdz “Fundstück der Woche” – mehr unter: Perlen der Online-Marktforschung. In unserem Blog <http://www.greenadz.de/greenadz-blog>

Haben Sie auch ein respektloses Fragebogenbeispiel – bitte senden an: fundstueck@greenadz.de

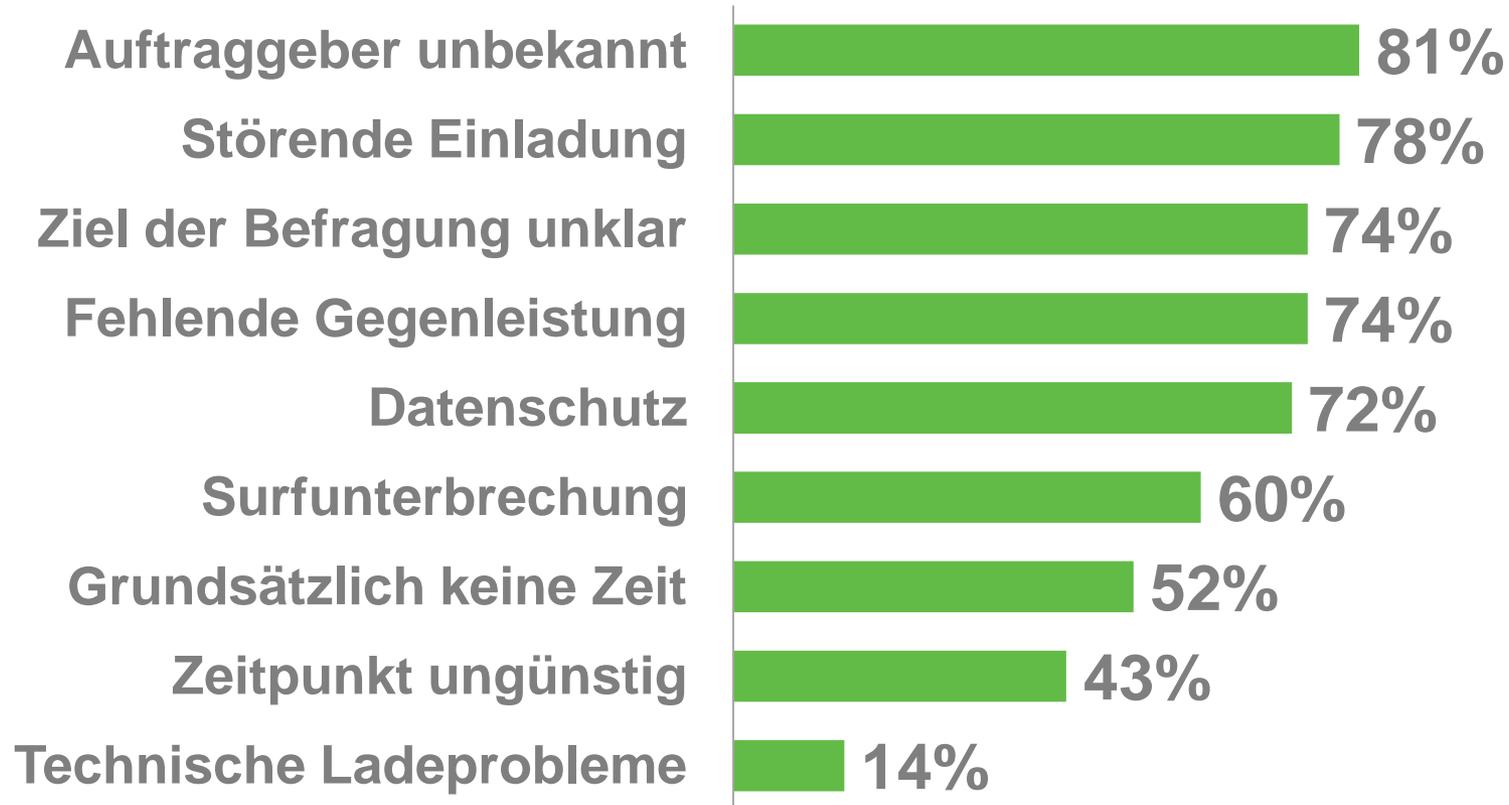
Respektlosigkeit in der Marktforschung (III)

ewfew

<input type="radio"/> Find information on a specific topic or online tools to aid in decision making
<input type="radio"/> Learn more about and our services
<input type="radio"/> Get information on events (webinars, workshops, etc.)
<input type="radio"/> Kontaktinformationen finden
<input type="radio"/> Submit a request for proposal
<input type="radio"/> Andere, bitte angeben

Quellen: GreenAdz “Fundstück der Woche” – mehr unter: Perlen der Online-Marktforschung. In unserem Blog <http://www.greenadz.de/greenadz-blog>
Haben Sie auch ein respektloses Fragebogenbeispiel – bitte senden an: fundstueck@greenadz.de

Hauptgründe für die Nicht-Teilnahme an OnSite-Befragungen



Quellen: GreenAdz Studie zur Akzeptanz von Online-Werbung und Marktforschung (vgl. [Blog-Beitrag](#))

Basis: n=196 Internetnutzer, die grundsätzlich nie oder sehr selten an On-Site-Befragungen teilnehmen

„Welche Gründe sprechen für Sie persönlich gegen eine Teilnahme an solchen Online-Befragungen?“ (Top2 auf 4er Skala)

Take Aways für mehr Respekt und höhere Akzeptanz

✓ ABSENDER

Sag mir, WER Du bist

✓ ZIEL

Sag mir, WARUM ich Dir helfen soll

✓ UNAUFDRINGLICH

Stör mich nicht in dem, was ich gerade tun möchte

✓ SMOOTH

Strapaziere nicht meine Geduld mit schlecht formulierten Fragen, mangelnder Rechtschreibung und einer gruseligen Usability.

✓ GUTES GEFÜHL

Gib mir ein gutes Gefühl – mit einer Baumspende oder einer netten Frage zum Schluss.

User Rezept für mehr Respekt: das nachhaltige Rekrutierungs- und Incentivierungskonzept

Eine Baumpende als Incentivierung...

...steigert die Teilnahmebereitschaft um 42%.*

...ist weniger aufdringlich als PopUp-Befragungen.

...spricht eine breitere Stichprobe an. *

...liefert tiefere Insights durch hohe Motivation und positive Abstrahleffekte auf die Absendermarke. **

*: GreenAdz Online-Repräsentativstudie 2015 ; **: Erfahrungswerte bisheriger Projekte

Bildnachweis: Bilddatenbank www.piqs.de, Sean McGrath, „Green“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/)

So funktioniert GreenAdz

Integration
Integration der GreenAdz-Befragungseinladung erfolgt als **Zusatzfunktion** ‚on the Flight‘ auf (einem Teil) der **Display-(Video- oder mobile-) Kampagne** oder der **Landingpage**

Präsentation
Benchmarks bilden zusammen mit der Befragung die Basis für einen Report zur Erreichung der definierten **KPIs und Customer Insights**.



Befragung

Die erreichte Zielgruppe gibt ausführliches Feedback – jede **Teilnahme** wird mit **einer Baumpende** belohnt.

Analyse

Nach ca. 150-250 Befragten pro Gruppe fließen die Ergebnisse in eine **Benchmark-Datenbank** ein und werden **analysiert**.

So funktioniert GreenAdz – Integrationsbeispiel

Integration

Bei Interaktion (Mouse Over, Touch) und zeitgesteuert wird die Befragungseinladung vollständig eingeblendet. Diese verlinkt auf die Befragung (voll responsiv).

Konfigurationmöglichkeit von Positionierung, Layout und Ansprache an den Kontext (Gestaltung: Positionierung, Animation).



Integrationsbeispiel der GreenAdz
Einladungstechnologie als Screenshot

So funktioniert GreenAdz – grüne Incentivierung



Befragung

Die Baumspende ist eine neutrale und hochmotivierende Incentivierung, die die Teilnahmequoten und Motivation – und damit auch die Ergebnisqualität nachweislich erhöht

Nutzer-Befragung - Ihr Feedback für einen Baum

1. Ihr Feedback zu unserer Website ist uns so wichtig, dass wir für jeden ausgefüllten Fragebogen einen Baum von der Umweltschutzorganisation WeForest.org pflanzen lassen.

So bedanken wir uns für Ihre Zeit, denn wir erhalten interessante Informationen, um unsere Website für Sie relevanter und besser zu machen.

Alle Angaben werden selbstverständlich anonym erhoben und aggregiert ausgewertet.

Zunächst geht es mit ein paar statistischen Angaben los:

Sie sind:

männlich

weiblich

2. Wie alt sind Sie?

Durchführung als Full-Service-Projekt...



Besuchertypologie

Wie ist die Zielgruppenstruktur der Website in der erreichten Kundenzielgruppe?
Wie ist die Erwartung der User an das Angebot?
Werden die Erwartungen erfüllt?
Gibt es Unterschiede nach Zielgruppe oder Rekrutierungskanal?

- Rekrutierungskanal & Grund des Besuchs
- Erfahrungshorizont & Besuchsfrequenz
- Soziodemografie & Kundengruppen



Website / UX

Wie werden die wichtigsten User-Experience-Kriterien erfüllt?
Wie ist der Eindruck der Website, welche positiven und negativen Assoziationen werden geweckt?
Passen die Inhalte zur Marke?

- Likability (Gefallen)
- Branding- & User-Experience-Profil
- Positive sowie negative Assoziationen



Aktivierung & Relevanz

Schafft die Website ein überdurchschnittliches Maß an Aktivierung über den ersten Klick hinweg?
Was sind relevante Inhalte für einen Wiederbesuch?

- Relevante Inhalte
- Persuasion-Index (Aktivierungspotenzial)
- NetPromoter Score

...oder als Rekrutierungskanal für Ihre OnSite-Studienprojekte möglich:

Integrieren Sie die GreenAdz-OnSite-Einladung und incentivieren Sie Ihre Befragten mit einer Baumspende...

...für doppelt so hohe Responsequoten wie PopUp-Einladungen - trotz weniger aufdringlicher Ansprache.

...für eine Ansprache **breiterer Stichproben*** und **tiefergehendere Insights** durch hohe Motivation und **positive Abstrahleffekte** auf die Absendermarke. **

*: GreenAdz Online-Repräsentativstudie 2015 ; **: Erfahrungswerte bisheriger Projekte

Bildnachweis: Bilddatenbank www.piqs.de, D. Sharon Pruitt, „Make a Wish“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/)

Kosten: 1,-€ pro Baum

Tauschen Sie Ihre PopUps gegen unsere respektvollere Einladungsvariante aus – es kostet Sie nicht viel:

299,-€ einmalige SetUp-Kosten*

1,-€ pro Teilnehmer / Finisher inkl. Baumspende **

* Für die Erstellung und Bereitstellung des Tags, der in die Website integriert werden muss. Es erfolgt die Verlinkung auf unsere Einleitungsseite und Ihren Umfragelink zu Ihrem Projekt.

** Fallzahlpauschale pro Finisher – diese enthält je Fall einen Baum, der für [unser Baumpflanzprojekt in Sambia](#) über WeForest gepflanzt wird

Bildnachweis: Bilddatenbank www.pigs.de, D Florian Furtner, „Die unmögliche Münze“, [CC-Lizenz \(BY 2.0\)](#)

D.A.N.K.E.



Quellen:

Bildnachweis: T-Shirt-Design "Ich will keine Klicks sondern Respekt"; rumpfkluft.de von Katz und Goldt kreiert

Fragen? Fragen!

Wir verfügen über langjährige Erfahrungen in Mediaforschung und IT-Beratung u.a. für zahlreiche große Unternehmen der Digitalwirtschaft wie Google Deutschland, t-online.de, Gruner+Jahr EMS, eBay Advertising Group, AOL Deutschland sowie Capgemini sd&m.



Dr. Sandra Gärtner
Markt-/Mediaforscherin
Geschäftsführerin

T +49 40 6738 1585
sandra.gaertner@greenadz.de



John Sasse
Software Architekt
Geschäftsführer

T +49 40 6738 1586
john.sasse@greenadz.de