

Innovative Marktforschung mit dem (Kunden-)Blog

21.10.2009, 17:47 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *eResult*

(Göttingen / Kiel, 21.10.2009). Der Kunde bzw. Nutzer soll in den Mittelpunkt gestellt werden. Vor dieser Herausforderung stehen täglich viele Verantwortliche für Websites. Die Methodik des Kundenblogs hilft bei der Berücksichtigung der Nutzermeinung und kann als Unterstützung für Entscheidungen zu Rate gezogen werden. Die Betreiber sind mit dieser Methode ganz nah am Kunden dran.

Ziele sind es, Feedback zum Status Quo zu erhalten, geplante Veränderungen im Vorfeld zu beurteilen, Innovationen zu entwickeln, Wettbewerber aus Sicht des Kunden zu erfassen, die Abwicklung von durchgeführten Bestellungen zu bewerten etc. Je nach Online-Angebot und Fragestellung ist eine gezielte Ausrichtung des Blogs möglich.

Mit einer kleinen Gruppe von Nutzern aus der Zielgruppe des Internet-Angebots (beispielsweise ein Online-Shop) startet der Kundenblog. Die Teilnehmer erhalten eine Schulung und werden als Blog-Autoren registriert. Regelmäßig besuchen sie den Shop und berichten über Ihre Erfahrungen und üben Kritik. Die Incentivierung erfolgt über Einkaufsgutscheine, die die Teilnehmer direkt wieder im Shop einlösen können. Ein Blog-Manager übernimmt die Betreuung und beteiligt sich ebenfalls aktiv am Blog, setzt Themen gemäß Kundenwunsch oder kommentiert Beiträge der Teilnehmer und regt so zusätzlich die Diskussion an. Der Projektzeitraum kann ein Jahr sein.

Stärken der Methode sind das hohe Involvement der Teilnehmer, die reale Nutzungssituation und der Detailliertheitsgrad der Ausführungen. An solche Informationen kommt der Site-Betreiber sonst nicht heran. Wird der Blog in geschlossener Form eingesetzt, so ist es auch möglich, geplante aber noch geheime Neuerungen vorab bewerten zu lassen z. B. in Form von Screens oder klickbaren Prototypen. Auch eine Erweiterung des Blogs auf mehrere 100 Teilnehmer ist möglich, dann können sogar Adhoc-Befragungen durchgeführt werden.

Mehr Informationen zur Methode erhalten Sie bei Anja Weitemeyer, UX-Consultant & Managing Partner, unter 0431-3100-193 oder per Mail: anja.weitemeyer@eresult.de. Eine aktuelle Fallstudie zum Kundenblog finden Sie außerdem unter: www.eresult.de.

Portrait

Zur eResult GmbH:

Die eResult GmbH wurde im Jahr 2000 gegründet und hat sich frühzeitig auf die Durchführung von Usability-Tests inkl. Anforderungsanalyse, Konzeption, Beratung und Monitoring von Websites, Software und interaktiven Anwendungen (wie z. B. mobile Dienste, Instant Messenger, VoIP-Clients) spezialisiert.

Neben den klassischen Dienstleistungen einer Full-Service Usability-Agentur bietet das eResult-Team (19 feste Mitarbeiter/-innen) auch Forschungs- und Beratungsdienstleistungen hinsichtlich dem Einsatz neuer Werbeformen an. Auch die Durchführung von Online-Umfragen (Onsite oder über ein eigenes Online-Panel) gehört zum Leistungsspektrum.

Die eResult GmbH arbeitet für namhafte Kunden aus verschiedenen Branchen: 1&1 Internet, Baur Versand, Bertelsmann Stiftung, Commerzbank, Deutsche Post, Deutsche Telekom, DKV Euro Service, Fraport, Hotel Reservation Service

(HRS), IP-Deutschland, Jobware, Karstadt.de, neckermann.de, Merck, MEXX, Nintendo, Rewe Travel New Media, Otto Bock, Rudolf Haufe Verlag, SWR2, Tomorrow Focus, travelchannel, Vodafone/D2, Walbusch, Weka Media, Wer liefert Was? u. a.

News-ID: 362632 • Views: 1216 (Stand: 03.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/362632/Innovative-Marktforschung-mit-dem-Kunden-Blog.html>