

Referenzprojekt „Telefonische Befragung zur Marken-Wahrnehmung“

- Ziel
 - Messung der Unternehmenswahrnehmung von Kunden der LEWA GmbH zur Etablierung und Weiterentwicklung der Marke LEWA
 - Erhebung von Assoziationen der Kunden mit der Marke LEWA im Allgemeinen und der Relevanz der Farbkonstellation im Corporate Design der LEWA GmbH im Speziellen
- Aufgabe
 - Durchführung einer Befragung von ca. 60 ausgewählten Kunden der LEWA GmbH
 - Vollständige Entwicklung der Durchführungs- und Auswertungsmethodik
- Umsetzung
 - Durchführung einer Kurz-Befragung zur Steigerung der Teilnahmebereitschaft
 - Vollständige Aufnahme der qualitativen Äußerungen der Teilnehmer
- Ergebnis
 - Qualitative Auswertung der Befragungsergebnisse und Verdichtung der Angaben zu zusammenfassenden Kern-Aussagen
 - Erstellung eines finalen Ergebnisberichts in englischer Sprache als Grundlage für die Weiterentwicklung der Marke LEWA auf Management-Ebene



*„So macht Marktforschung Sinn -
Durch die hohe Teilnahmequote
und die ergebnisorientierte
Auswertung haben wir genau die
Informationen bekommen, die wir
brauchten.“*

Nicole Kochenburger
Marketing Manager
LEWA GmbH