

# Referenzprojekt „Zielgruppenbefragung“

- Ziel
  - Ermittlung von Wahrnehmungen und Einstellungen relevanter Zielpersonen als Grundlage zur Entwicklung einer Markteinführungskampagne eines Unternehmens im Energiebereich
- Aufgabe
  - Entwicklung zweier Fragebögen für verschiedenen Zielgruppen und Konzeption der Befragungsdurchführung
    - Messung der Bekanntheit und Bewertung des Unternehmens sowie Abfrage der möglichen Wechselgründe zu einem anderen Stromanbieter im neu zu erschließenden Gebiet
    - Messung der Bekanntheit und Bewertung der Werbung des Unternehmens sowie Abfrage der allgemeinen Meinung zum Thema Energiewende im bereits erschlossenen Gebiet
  - Zeitnahe Durchführung verschiedener Arten von Befragungen (telefonisch, persönlich) nach Art der Zielgruppe
- Umsetzung
  - Übernahme sämtlicher logistischer Tätigkeiten im Rahmen der Befragungsvorbereitung (Einholung von Genehmigungen, Recherche der relevanten Kontaktdaten etc.)
  - Telefonische Befragung von 200 Zielpersonen im neu zu erschließenden Gebiet
  - Passantenbefragung von 200 Zielpersonen im bereits erschlossenen Gebiet
- Ergebnis
  - Differenzierte Auswertung der Befragungsergebnisse, graphische Aufbereitung der Auswertungsergebnisse und Erstellung von finalen Ergebnisberichten
  - Interpretation der Ergebnisse und Darlegung von Implikationen auf die Entwicklung der Markteinführungskampagne

## COUNTERPART

*„Die Werbebranche ist schnell, dynamisch und flexibel. Da braucht man Partner, die genauso agieren können – Bei der Consulimus AG sind wir da genau richtig!“*

Michael Herwig  
counterpart group