

# Schriftliche Befragung / Home-Use-Test



Geben Sie Ihren Kunden Zeit. Gewisse Produkte können nur richtig beurteilt werden, wenn sie länger im Gebrauch sind oder von den Kunden selber zubereitet oder angewendet werden. Als Beispiel können hier Zeitschriften, Zahnpflegeprodukte, Halbfertigprodukte, Kochbücher oder auch Waschmittel genannt werden. Ein Home-Use-Test mit einer schriftlichen Befragung eignet sich in solchen Situationen besonders gut.

Auch für Basiserhebungen, Zufriedenheitsmessungen bei Kunden oder Mitarbeitern und für Abstimmungen ist eine schriftliche Befragung die beste Wahl.

## **Besonders geeignet für**

- Produkte, die zu Hause getestet werden können
- technische Produkte
- Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit
- Basiserhebungen und Abstimmungen
- Test von neu oder weiterentwickelten Produkten





## Methode

Die zu befragenden Personen erhalten einen Fragebogen und allfällige Testprodukte von uns nach Hause geschickt. Die Response-Rate ist zwar meistens kleiner als bei anderen Methoden, die Befragten nehmen sich jedoch mehr Zeit und geben bereitwilliger Auskunft als etwa bei einer telefonischen Befragung. Durch die postalische Zusendung kann auch sichergestellt werden, dass alle Kunden oder Mitglieder auf einen genau definierten Zeitpunkt hin erreicht werden. Alternativ kann je nach Zielgruppe an Stelle des Fragebogens auch nur ein Link zu einem Online-Fragebogen mitgeschickt werden.

## Gründe, die für uns sprechen

Neben dem Aufbau, der Gestaltung und dem Druck des Fragebogens erfolgt auch der Versand von allfälligen Testprodukten durch unsere hausinterne Spedition. Diese hat jahrelange Erfahrung im Umgang mit grossen Versandaufträgen. Durch das Datacenter der SMP können auch Adressabgleiche / Dublettenbereinigungen oder gestaffelte Auslieferungen problemlos abgewickelt werden. Die elektronische Erfassung mittels Codiervorlage ist sehr effizient. Die Auswertung erfolgt mit geeigneter Software, die auch grosse Datenmengen problemlos verarbeiten kann.

## Kombinationsmöglichkeiten

Um eine grössere Response-Rate zu erreichen, kann Ihre Zielgruppe auch im Vorfeld telefonisch rekrutiert werden. Dies ist gerade bei längeren und komplexeren Befragungen häufig sinnvoll.

Durch eine telefonische Befragung (CATI) können vorgängig die Schwerpunkte der Hauptstudie ermittelt oder abgesichert werden.

Es kann je nach Problemstellung auch sinnvoll sein, mittels einer Gruppendiskussion, die durch die Umfrage aufgeworfenen qualitativen Aspekte zu ergründen.

---

Gerne beraten wir Sie auch persönlich und entwickeln für Sie massgeschneiderte Lösungen.

**swissmilk**

---

**Kontakt:** Schweizer Milchproduzenten SMP  
Marketing Services, Weststrasse 10, 3000 Bern 6  
Telefon: 031 359 57 44, [www.swissmilk.ch/marktforschung](http://www.swissmilk.ch/marktforschung)

