

Presseinformation

Nr. 04/2014

Digital Living Blog: eResult erweitert das Spektrum der Zielgruppenforschung

Neuer Service in der qualitativen UX-Forschung

(Hamburg/Göttingen, 17.03.2014).

eResult erweitert sein Angebot in der Zielgruppenforschung durch das Bereithalten eines Zielgruppenblogs. Dieser ermöglicht es Produktentwicklern und Konzeptern, schnell und unkompliziert die Meinung späterer Nutzer einzuholen.

Der eResult-Zielgruppenblog fokussiert sich dabei auf zwei besonders interessante Gruppen: Digital Natives und Early Adopter. Die Digital Natives sind zwischen 18 und 25 Jahre alt, die Early Adopter zwischen 35 und 50. Beide Gruppen sind sehr aufgeschlossen und neugierig auf neue Geräte, innovative Services und sonstige Lösungen und probieren auch sonst gern aus. Sie repräsentieren damit die Nutzer von Morgen und sind so prädestiniert für Feedback und Unterstützung in der Produktentwicklung. Je 10 Vertreter beider Gruppen stehen im Blog Rede und Antwort.

Nutzbar ist der Zielgruppenblog sehr vielfältig. Besonders bieten sich aber folgende Einsatzmöglichkeiten an:

- Feedback sammeln zu Ideen, Entwürfen, ersten Prototypen.
- Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe kennenlernen. Auch eine Trennung in die beiden Teilnehmergruppen ist dabei möglich.
- Gemeinsam mit der Zielgruppe Ideen und Lösungen entwickeln, die Teilnehmer also gezielt in Kreativprozessen einsetzen.

„Damit schließen wir eine Lücke im Angebot und können jetzt sehr schnell ein qualitatives Nutzerfeedback liefern, ohne sofort eine Fokusgruppe durchführen zu müssen“, so beschreibt Johanna Möller von eResult die Vorzüge des Blogs.

Die Nutzung des Zielgruppenblogs folgt dabei dem gleichen Prinzip wie die seit Jahren bei eResult etablierte Methode der kundenspezifischen Nutzer- und Forschungsblogs: Die Fragestellung wird den Teilnehmern des Zielgruppenblogs in Form eines Blogbeitrags vorgestellt. Diese geben Feedback per Kommentar, beantworten Fragen und steuern eigene Ideen bei. Jede Diskussion wird dabei von Experten moderiert und erfolgt unter Ausschluss der Öffentlichkeit, um Ideen und Entwürfe zu schützen. Zum Abschluss erfolgt die Auswertung in Form eines Reports, der Antworten auf die relevanten Fragen liefert.

Seiten: 1
Zeichen (o. Leerzeichen): 1.756

Wörter: 273
Zeichen (m. Leerzeichen): 2.026

Über eResult

Die eResult GmbH bietet seit 2000 maßgeschneiderte Beratungs- und Forschungsdienstleistungen im Bereich Usability, User Experience, Conversion Optimierung und Online-Marktforschung. Der Branchenfokus des 20 Mitarbeiter starken Teams (an drei Standorten: Göttingen, Hamburg und Frankfurt a.M.) liegt im E-Commerce. Ganz gleich, ob es sich um einen Online-Shop, die App eines Reiseportals oder die Responsive Website eines Direktversicherers handelt: die Full-Service User Experience-Agentur berät seine namenhaften Kunden im In- und Ausland entlang des gesamten Produktlebenszyklus einer E-Commerce-Anwendung – von der Anforderungsanalyse, Konzeption und dem Prototyping über die Evaluation und Optimierung bis hin zur kontinuierlichen Erfolgskontrolle. Die eResult GmbH befähigt seine Kunden, ihre Online-Besucher besser zu verstehen, zu Käufern zu machen und somit den Ertrag und ROI zu steigern.

Kontakt Presse

Thorsten Wilhelm
Telefon: 0171-40 96 589
Telefon: 0551-5177426
E-Mail: thorsten.wilhelm@eresult.de
Web: www.eresult.de

eResult GmbH -- Planckstr. 23 -- 37073 Göttingen
Standort Hamburg: Ludwig-Erhard-Str. 18, 20459 Hamburg
Standort Frankfurt a. M.: Uhlandstraße 58, 60314 Frankfurt

Usabilityblog.de

Alles rund um das spannende Themengebiet Usability & User Experience.