



**Wolfgang Schweiger,**  
GfK Switzerland Trustmark, Zollikon

Wolfgang Schweiger befasst sich hauptsächlich mit quantitativer, analytisch orientierter Kunden- und Organisationsforschung. Er ist 60 Jahre alt.

## Innovative Kundenfeedbacksysteme und Kontaktpunktanalysen

Über Mobiltelefone die Zufriedenheit der Kunden in Echtzeit erforschen

### Was ist die Ausgangslage Ihres Referats?

Touchpointanalysen bieten neue Möglichkeiten, die Leistungen für Kunden an wichtigen Kontaktpunkten zu verbessern und die Markenversprechen zu manifestieren.

### Welche Frage- oder Problemstellung behandeln Sie in Ihrem Referat?

Viele Touchpointanalysen werden mit Hilfe telefonischer Interviews auf Recall Basis durchgeführt, ohne die Möglichkeiten des mobilen Internets zu nutzen. Dabei ergeben sich mit mobilen Medien und einer Erfassung der Touchpoints in real time über das mobile Internet genauere und interessantere Erkenntnisse.

### Wie sind Sie die Fragestellung angegangen (methodisch, forschungstechnisch, et cetera)?

Verschiedene Methoden der Touchpointanalyse (reaktiv, multimomenten- und stimulus-bezogen) wurden praktisch eingesetzt und Erkenntnisse damit gesammelt.

### Wird im Referat ein Beispiel aus der Praxis gezeigt? Wenn ja, können Sie dazu ein paar Stichworte geben?

Zu jeder Methode wird ein Praxisbeispiel gezeigt und Lerneffekte beschrieben.

### Was fasziniert Sie selber am meisten an diesem Thema? Warum glauben Sie, ist es zentral für die Teilnehmenden vom Tag der Marktforschung?

Die Möglichkeit, von Konsumenten in realtime Feedback einzuholen, wenn sie einen Kontaktpunkt erleben, ‚frische‘, unverfälschte Informationen zu erhalten und schnell darauf reagieren zu können, ergibt für Marktforschung und Unternehmen neue Potentiale.