

<p><b>GIM Suisse AG</b></p> <p>General-Wille-Strasse 10 CH-8002 Zürich Telefon +41 (0)44 283 18 18</p> <p>info@g-i-m.ch   www.g-i-m.ch</p>	<p><b>Gründungsjahr</b> 2005</p> <p><b>Geschäftsleitung</b> Susan Shaw</p> <p><b>Festangestellte</b> 9, davon 7 Projektleiter/-innen</p>	<p><b>Umsatz 2017</b> 1,52 Mio. CHF</p> <p><b>Befragungsinfrastruktur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstklassiges, klimatisiertes Studio in Zürich-City, ausgestattet mit Einwegspiegel und FocusVision®</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weltweites Netzwerk von professionellen Forschungspartnern, Moderatoren, Interviewern und Facilities</li> </ul>
--	--	---

### Internationale Verbindungen

GIM-Netzwerk: Heidelberg, Berlin, Lyon, Shanghai

### Projektleiter/-innen

- Nina Burger
- Michèle Erhardt
- Dr. Mirjam Hauser
- Stephanie Huser
- René Jeitziner
- Susan Shaw
- Gina von Ow

### Mitgliedschaften

- vsms Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung
- vsms swiss interview institute®
- ESOMAR
- BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
- FocusVision® Facility Network

### Institutphilosophie

Die GIM ist ein führendes Marktforschungsunternehmen, das sich in den vergangenen 25 Jahren vom qualitativen Marktforschungsspezialisten zum Multispezialisten entwickelt hat. Mit Sitzen in Heidelberg, Berlin, Lyon, Zürich und Shanghai verfügt die GIM heute über eines der breitesten Methodenportfolios am Forschungsmarkt. Und dank unserem weltweiten Netzwerk forschen wir auf allen Kontinenten in über 30 Ländern.

Die GIM Suisse arbeitet für zahlreiche nationale und internationale Kunden.

- Von Zürich aus forschen wir für
- lokale Unternehmen in der ganzen Schweiz,
  - Schweizer Unternehmen in der Schweiz, in Europa und weltweit, und
  - ausländische Unternehmen in der Schweiz und weltweit.

### Dienstleistungsangebot

#### Märkte und Marken

Grundlagenuntersuchungen zu spezifischen Märkten und Kategorien  
Markenkernanalysen, Positionierung, Werteforschung, Resonanzforschung (Marken – Zielgruppen), Markenauftritt, CI/CD, Markenentwicklung, Imageüberprüfung und -tracking

#### Zielgruppen und Konsumenten

Insight-Generierung, Segmentierungen, Usage and Attitudes, soziokulturelle Lebens- und Konsumstile, spezifische Zielgruppen

#### Innovationen, Ideen, Konzepte

Insight-Generierung, Konzeptentwicklung, Konzeptüberprüfung (qualitativ und quantitativ), Konzeptoptimierung, Innovationsforschung

#### Trendstudien, Trendmonitoring

Adaption von Trends auf einzelne Unternehmen oder Branchen

#### Usability & User Experience

Digitaler Kundendialog, digital Experience, Usability-Evaluationen, Optimierung des digitalen Kundenerlebnis, Prototyping, Usability-Schulungen, UX-Zertifizierte Mitarbeiter

#### Produkte, Preise, POS

Produktentwicklung, Usage and Attitudes, Produktbewertung und -optimierung, Packungsüberprüfungen, Handling und Usability, Shopper Research, z. B. mit videogestützten Beobachtungen des Einkaufsverhaltens oder (virtuellen) Shelf Tests

#### Kommunikation und Werbung

Entwicklung und Überprüfung von Kommunikationsstrategien und konkreten Kommunikationsansätzen, Werbeforschung, Werbetracking

### Auszug aus dem breiten Methodenportfolio der GIM Suisse:

#### Qualitativ

- Fokusgruppen, Minigruppen oder Einzelinterviews (in-office, in-home, in-studio, in-store) mit unterschiedlichsten Business-to-Consumer und Business-to-Business-Zielgruppen
- Ethnografische In-Home-Interviews mit Foto-/Videodokumentation
- Onlinefokusgruppen, Onlineforen, Mobile Diaries, Mobile Surveys im eigenentwickelten Tool GIM Connect
- Concept Labs zur effizienten Prüfung und Verbesserung von Konzepten
- POS-Studien (Accompanied Shoppings, Videobeobachtung)
- Delphi-Studien zur Bestimmung von Zukunftsszenarien
- Kreativ- und Innovationsworkshops
- Eye Tracking

#### Quantitativ

- Repräsentativbefragungen, Quotenbefragungen Zielgruppensegmentierung und Markenpositionierung (ICU™ - Integrated Consumer Understanding)
- Conjoint-Studien
- Copytests, Werbewirkung, Pre-Posttests

#### Verschränkung von quantitativen und qualitativen Methoden

#### Branchenkompetenz

- Finance und Versicherung
- Food and Beverages, Retail
- Pharma, Healthcare
- Medien
- Telekommunikation, IT
- Mode, Beauty, Kosmetik, Baby Care
- Logistik
- Reisen und Tourismus
- Technik (Do-it-yourself und Professional)