



GIM I SUISSE

GIM Suisse AG

General-Wille-Strasse 10
CH-8002 Zürich
Telefon +41 (0)44 283 18 18

info@g-i-m.ch | www.g-i-m.ch

Gründungsjahr

2005

Geschäftsleitung

Susan Shaw

Festangestellte

9, davon
7 Projektleiter/-innen

Umsatz 2016

Nicht publiziert

Befragungsinfrastruktur

- Erstklassiges, klimatisiertes Studio in Zürich-City, ausgestattet mit Einwegspiegel und FocusVision®



- Weltweites Netzwerk von professionellen Forschungspartnern, Moderatoren, Interviewern und Facilities

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

Institutsphilosophie

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**

Grundlagenuntersuchungen zu spezifischen Märkten und Kategorien

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

Marken und Images

Markenkernanalysen, Positionierung, Werteforschung, Resonanzforschung (Marken - Zielgruppen), Markenauftritt, CI/CD, Markenentwicklung, Imageüberprüfung und -tracking

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, Werbetacking

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, Online Diaries, Online 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)
- Usability-Studien
- Conjoint-Studien
- Copytests, Werbewirkung, Pre-Posttests

Verschränkung von quantitativen und qualitativen Methoden**Branchenkompetenz**

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