



Kundenbefragungen speziell für Filialunternehmen

MarketBird führt kostengünstige, persönliche Umfragen bei den Kunden von Filial- und Franchiseunternehmen durch. Dank der innovativen Befragungssoftware können auch Fragen, die sich nur auf einzelne Filialen beziehen, gestellt werden.

Die Anfang des Jahres gegründete Kölner MarketBird GmbH hat sich auf Marktforschung für Filial- und Franchiseunternehmen spezialisiert. Für Einzelhändler, Restaurants, Bäcker, Optiker und viele andere Branchen findet MarketBird heraus, wie zufrieden die Kunden sind und was getan werden kann, um Kunden zu binden und Umsätze zu steigern. Das Besondere an MarketBird ist, dass den Kunden sowohl Fragen zur Kette als auch Fragen zur jeweiligen Filiale gestellt werden. Entsprechend der Anforderungen einer Filiale kann der Filialleiter die Fragen selbst wählen. "Welche Aktion würde meine Kunden besonders begeistern? Muss ich in einen weiteren Pfandautomaten investieren?" MarketBird beantwortet alle Fragen, die sonst nur auf dem Weg "Versuch macht klug" gelöst werden können. Dank der eigens entwickelten MarketBird Software können die Befragungen und ihre Auswertung zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten werden.

Damit genügend Meinungen eingeholt werden, ist ein geschulter Interviewer mindestens 16 Stunden an unterschiedlichen Tagen vor Ort und befragt die Kunden nach dem Zufallsprinzip. Die Daten gibt er direkt in einen Tablet-PC ein. Die Interviews dauern nur zwei Minuten und kommen bei den Kunden gut an - besonders, wenn die Umfrage mit einem Geschenk oder einem Gewinnspiel verbunden wird. Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser: Deshalb überprüft MarketBird seine Interviewer vor Ort sowie per GPS und Datenübertragung. Schon zwei Tage nach einer Umfrage kann jeder Filialleiter seine Ergebnisse via Kunden-Log-in auf der MarketBird Internetseite einsehen.

Ihr Handwerkszeug haben die Macher von MarketBird von der Pike auf gelernt: Fabian Molzberger, Gründer und Geschäftsführer der MarketBird GmbH war vorher langjähriger Vorstand der Consulimus AG, die als Marktforschungsinstitut für namhafte Großunternehmen tätig ist. "Für kleine bis mittlere Unternehmen mit nur wenigen Filialen war Marktforschung bislang zu teuer", erklärt Fabian Molzberger. "Aber nichts ist schlimmer, als nicht zu wissen, was Kunden wollen. Deshalb geben wir den Filialunternehmen ein praktisches Instrument an die Hand, mit dem sie wirklich Kosten sparen können." Das ist gelungen: Die MarketBird Befragungen können schon ab einem Preis von 490 Euro pro Filiale gebucht werden.

Pressekontakt

MarketBird GmbH

Herr Dipl.-Kfm. Fabian Molzberger
Gottfried-Hagen-Straße 60-62
51105 Köln

marketbird.de
molzberger@marketbird.de

Firmenkontakt

MarketBird GmbH

Herr Dipl.-Kfm. Fabian Molzberger
Gottfried-Hagen-Straße 60-62
51105 Köln

marketbird.de
molzberger@marketbird.de

Die MarketBird GmbH ist ein hoch spezialisiertes Marktforschungsinstitut für persönliche Vor-Ort-Kundenbefragungen in Filial- und Franchiseunternehmen. Mit der eigens konzipierten MarketBird Software bietet das Unternehmen seinen Kunden höchst effiziente Befragungen mit belastbaren Ergebnissen zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Der Fragebogen kann zudem flexibel an die Anforderungen von Filial- und Gebietsleitern sowie der Zentrale angepasst werden. Um Kosten zu sparen sind auch gemeinsame Befragungen mit Partnern aus der Industrie möglich.

Anlage: Bild

