

HelloFresh

Mit Hilfe von QuestionPro führt HelloFresh quantitative Online-Befragungen durch, um ein tiefgehendes Verständnis für Konsumenten und Kunden entwickeln und NPD und EPD erfolgreich gestalten zu können.



Kontakt

Stefan Heyne

Global Team Lead Market Research



Lösung

Market Research
Solution

Herausforderung 1

Intuitive Handhabung und hohe Usability für alle Stakeholder - und nicht nur für gelernte Marktforscher

Herausforderung 2

Datenqualität und Vergleichbarkeit der Befragungen im Unternehmen sicherstellen in Zeiten der Agilität

Übersicht

Wir hatten die Möglichkeit mit Stefan Heyne, Global Team Lead Market Research, bei der HelloFresh Group, über seine Arbeit mit der Marktforschungs-Plattform QuestionPro zu sprechen. Neben seiner Meinung zur Zusammenarbeit mit QuestionPro stand vor allem seine Einschätzung im Vordergrund, wie unsere Befragungs-Technologien das Unternehmen HelloFresh dabei unterstützen, die aktuellen internen Herausforderungen an agile und dezentrale Marktforschung zu meistern.

Ziel

Die Zielsetzung bei der Entscheidung für QuestionPro war es, ein Tool zu finden, das die Anforderungen der HelloFresh-Marktforschung dahingehend erfüllt, dass diese unterschiedlichen Bereichen und Landesgesellschaften erlauben kann, schnell und eigenständig Marktforschungs-Projekte durchzuführen, um hierdurch selbst den Fokus stärker auf Inhalte, Qualitätsstandards und komplexe Projekte legen zu können, ohne dabei jedoch die unternehmensweiten Qualitätsstandards und Vergleichbarkeit der Daten zu gefährden oder die Teilnahmebereitschaft an Befragungen zu gefährden.

Herausforderung

Die Herausforderung bestand somit zum einen darin, eine Plattformtechnologie zu finden, die intuitiv von allen Stakeholdern nutzbar ist und gleichzeitig eine hohe Akzeptanz in der Nutzung der Software schafft. Zum anderen bei der Verwendung der Software durch verschiedene Stakeholder weder die Datenqualität noch die Vergleichbarkeit der Daten leiden. Letztlich ist auch darauf zu achten, dass die Kunden nicht durch zu viele ähnliche Befragungen von unterschiedlichen Stellen "genervt" und somit befragungsmüde werden.

Über HelloFresh [hellofreshgroup.com](https://www.hellofreshgroup.com)

Zielsetzung

- Fokussierung der Marktforschung auf Inhalte, Qualitätssicherung und komplexe Projekte
- Valide Insights ohne Befragte mit der Anzahl der Befragungen zu stressen

HERAUSFORDERUNGEN

- Intuitive Handhabung und hohe Usability für alle Stakeholder, die mit der Anwendung arbeiten
- Sicherstellung der internen Qualitätsansprüche und Standards bei maximaler Agilität



„Unsere Anforderungen an eine technologische Befragungsplattform, die uns befähigt, alle Stakeholder mit gutem Gewissen Befragungen selbst durchführen zu lassen ohne dabei die Qualität und Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gefährden, werden absolut erfüllt. Dies gibt uns im Market Research Team die Kapazitäten, unseren Fokus auf Individualstudien, strategische Analysen und Inhalte zu fokussieren.“

Stefan Heyne,
Team Lead Market Research

Umsetzung

Aufgrund der Einfachheit und hohen Usability der Anwendung aller Marktforschungs-Tools von QuestionPro ist es HelloFresh möglich, Marktforschungs-Projekte entsprechend den Anforderungen aller Fachbereiche schnell und agil im eigenen Hause und mit eigenen Ressourcen durchzuführen und gleichzeitig die Anforderungen an Qualität, Vergleichbarkeit und Teilnahmebereitschaft zu erfüllen.

Der Self-Service-Ansatz wird sowohl durch die intuitive Handhabung als auch durch die Nutzung vorhandener, vorgefertigter Fragetypen sowie der Möglichkeit der Bereitstellung einer unternehmensinternen und zentralen Fragen-Bibliothek unterstützt. Diese beiden letztgenannten Aspekte gewährleisten auch, dass unternehmensweit einheitliche Frageformulierungen und Skalen genutzt werden können. Die Ergebnisse sind somit studienübergreifend miteinander vergleichbar.

Darüber hinaus unterstützt die Einbindung der QuestionPro-Technologie an das HelloFresh-interne Customer-Relationship-Management-System den Self-Service-Ansatz, da es hierdurch sehr leicht möglich ist, z. B. erforderliche Customer-IDs zu erfassen, Quotenmerkmale und -vorgaben zu erstellen und Targeting zu betreiben.

Insgesamt werden bei den Nutzern vorhandene Barrieren gegenüber der Erstellung und des Scriptings des Fragebogens abgebaut bei gleichzeitig hoher Akzeptanz für die Software - aber auch für die damit erhobenen Datenqualität und deren Vergleichbarkeit.

Überblick über die Lösungen von QuestionPro:

- Core Survey, Community und Experience Management Lösung
- Weltweites Panel (22 Mio)
- Consulting
- Handhabung der Incentivierung
- Erweiterte Analyse wie Kreuztabellen, Gruppierung und semantischer Text Analyse
- Conjoint, MaxDiff, A/B Testing u.v.m.

Erfahren Sie mehr

www.questionpro.de



Für das Market Research bedeutet der Einsatz der QuestionPro Technologie darüber hinaus, dass zum einen die Studien, die im gesamten Unternehmen durchgeführt werden, mit vergleichsweise geringem Aufwand "monitorbar" werden. Zum anderen kann so auch sichergestellt werden, dass Konsumenten und Kunden nicht von unterschiedlichen Bereichen mit ähnlichen und zu häufigen Befragungen "penetriert" werden und dies zu Lasten der Teilnahmebereitschaft an den Befragungen und ihren wertvollen Erkenntnissen geht.

Mit diesem Vorgehen ist es HelloFresh möglich, Konsumenten und Kunden tiefgehend kennenzulernen und dieses Wissen in einzigartige Kundenerlebnisse, agile Neuproduktentwicklungen und erfolgreiche Neukunden- bzw. Kundenrückgewinnung effektiv und effizient einfließen zu lassen.

Über QuestionPro

QuestionPro ist eine Enterprise Feedback Management Plattform, die seit nunmehr zwei Jahrzehnten kontinuierlich und eng an den Anforderungen und Wünschen unserer Kunden für die Bereiche Experience Management, Marktforschung und wissenschaftliche Forschung entwickelt wird. Mit mehr als 4 Millionen Kunden in über 100 Ländern gehört QuestionPro zu den meist verwendeten und beliebtesten Befragungs- und Analyse-Lösungen weltweit. Unsere Hauptbetätigungsfelder sind die Bereiche Market Research, Customer Experience und Employee Experience.

