

Die Zukunft der qualitativen Marktforschung Zwischen UX und Big Data?!

Thomas Gehrig, Zürich, 22. März 2018



Status Quo der qualitativen Marktforschung



Zwei entgegengesetzte Trends

Kundenzentrierung

Customer Journey

Customer First

Deep Dives

Customer Experience

Diffuses Bild, was qualitative
Forschung ist

Unklare
Forschungsstandards

Qualität?!

Strategieberatungen
UX-/CX-Agenturen
DIY-Ansätze

‘Real-existierende’ Formen von qualitativer Forschung

„Anarchische Quali-Forschung“

WHATEVER

- Das Ziel besteht darin, einfach, schnell und offen Feedback von Kunden zu erhalten
- Kaum Vorstellungen/ Relevanz qualitativer Forschungsstandards

(Qualitative) Usability / UX



- Qualitative Usability-Tests haben eigene Anforderungen an den methodischen Setup (Vorgehen, Sample-grösse, Moderation)

Quali als „Schmieröl“ für Quanti



- Qualitative Vorstudie für eine quantitative Hauptstudie → Qualitative Insights dienen der Hypothesengenerierung, Inputs für FB-Gestaltung etc.

Qualitativ-psychologische Forschung



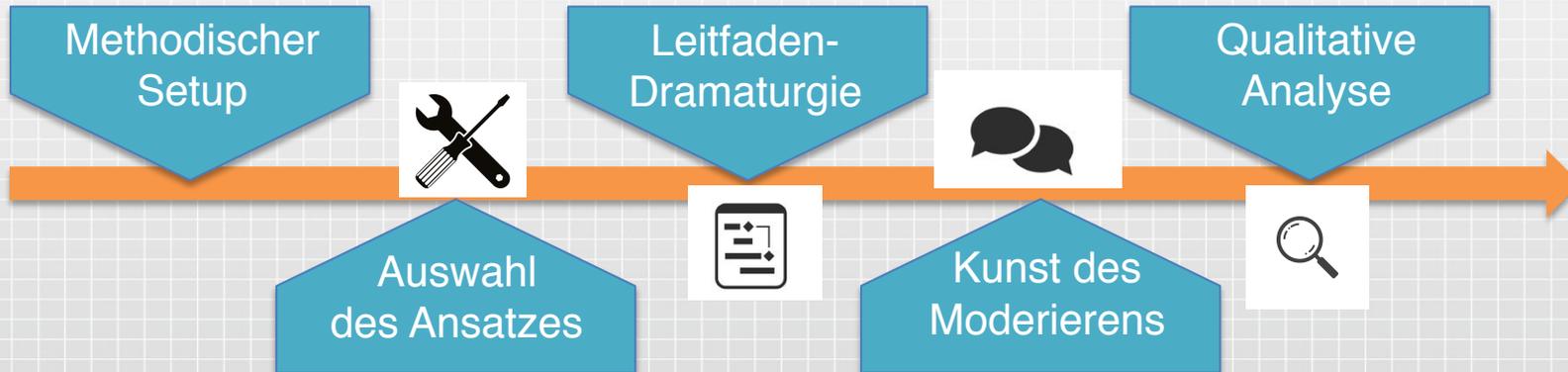
- (Psychologisches) Tiefenverständnis im hermeneutischen Sinn
- ‚Kernbereich‘ der qualitativen Forschungen

eher tief

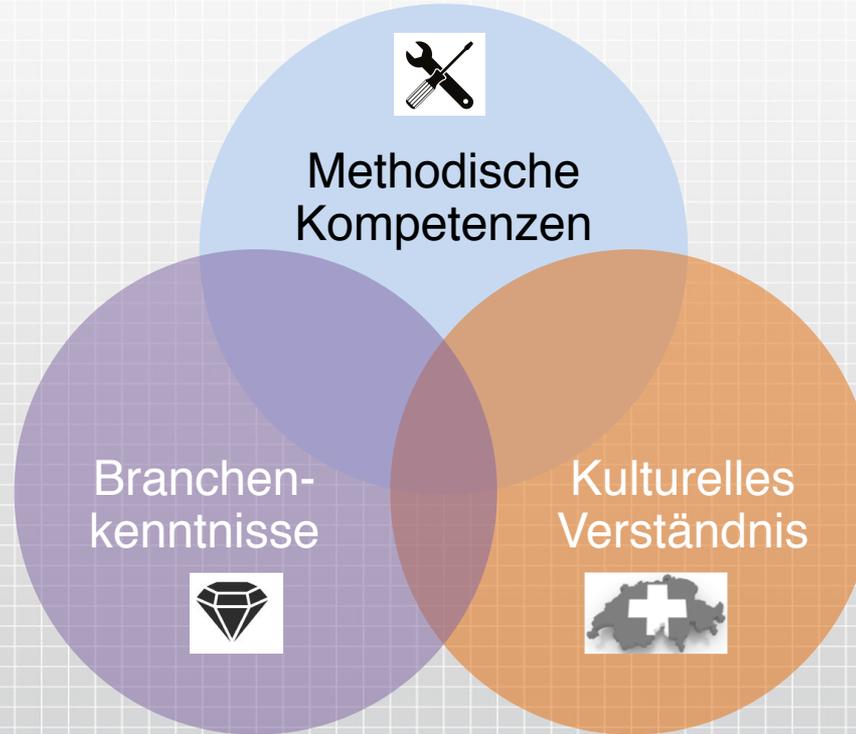
Relevanz klassischer, qualitativer Forschungsstandards

hoch

Sensibilität für Qualitätskriterien bei qualitativ-psychologischen Forschungen



Kenntnisse und Kompetenzen aus drei Bereichen



Zwei Szenarien der Zukunft

Szenario 1

- Schnelligkeit des Erhebens von Customer Feedbacks steht über allem
- Dieses ersetzt ein umfassendes Tiefenverständnis im hermeneutischen Sinn

Konsequenz

Professionelle qualitative Researcher und Institute könnten obsolet werden (andere Players decken diese Bedürfnisse ab)



Szenario 2

- Verschiedene Arten oder Typen von professionellen Forschungen, aber auch von Instant Customer Feedbacks werden je nach Ausgangslage und Erkenntnisinteresse eingesetzt

Konsequenz

Professionelle qualitative Forschungen werden dann eingesetzt, wenn es um ein umfassendes Tiefenverständnis geht



1. Sprechen wir dieselbe Sprache?

„Anarchische Quali- Forschung“ **WHATEVER**

- Das Ziel besteht darin, einfach, schnell und offen Feedback von Kunden zu erhalten
- Kaum Vorstellungen/ Relevanz qualitativer Forschungsstandards

(Qualitative) Usability / UX

- Qualitative Usability-Tests haben eigene Anforderungen an den methodischen Setup (Vorgehen, Samplegrösse, Moderation)

Quali als „Schmieröl“ für Quanti

- Qualitative Vorstudie für eine quantitative Hauptstudie → Qualitative Insights dienen der Hypothesengenerierung, Inputs für FB-Gestaltung etc.

Qualitativ- psychologische Forschung

- (Psychologisches) Tiefenverständnis im hermeneutischen Sinn
- ‚Kernbereich‘ der qualitativen Forschungen

Primär relevant
für:

Betriebsinterne
Marktforschung

eher tief

Relevanz klassischer qualitativer Forschungsstandards

hoch

2. Sensibilisierung für die relevanten Qualitätskriterien

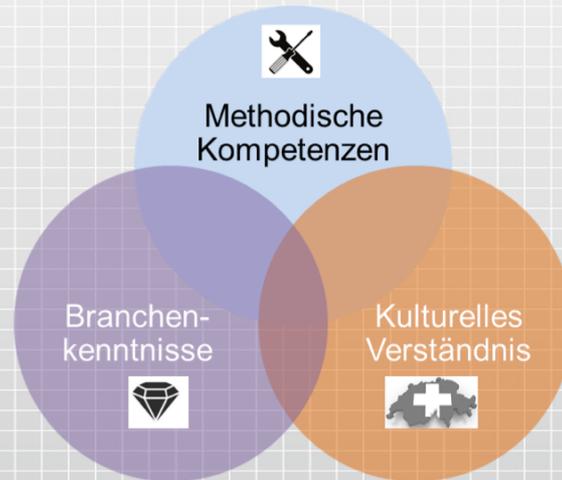


Primär relevant für:

Betriebsinterne
Marktforschung

Institute

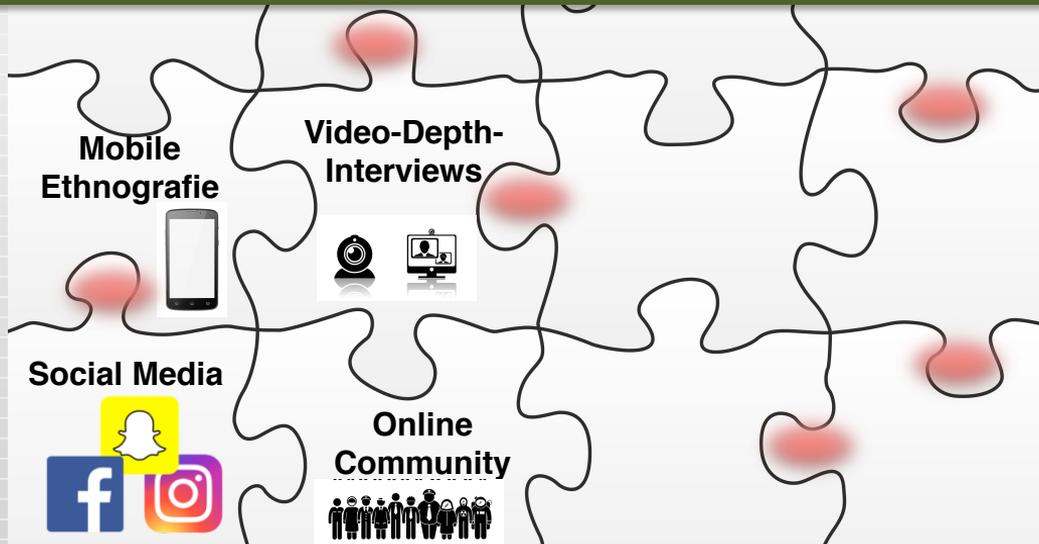
3. Dreidimensionale Kompetenzen



Primär relevant
für:

Institute

4. Innovationen ja, aber nur im Sinne des Gesamtverständnisses



Primär relevant
für:

Institute

Diskussionsmöglichkeit an der Bar

