

Pressemitteilung

Research Now bringt weltweit neues Flash Survey Toolkit auf den Markt - besseres Antwortverhalten der Probanden, höhere Datenqualität, kein zusätzlicher Kosten- oder Zeitaufwand

Standard Toolkit ist ab sofort verfügbar für eine schnelle und einfache Integration von Flash Komponenten in Online-Fragebögen

London/Hamburg, 13. September 2007. Research Now, der internationale Online-Feldforschungs- und Panelspezialist bietet ab sofort das neue **Flash Survey Toolkit** an. In Flash Technologie erstellte standardisierte Fragemodule lassen sich auf einfache Weise in Online-Fragebögen einbinden. In der Vergangenheit führte der Einsatz von komplexeren Techniken wie Flash zu erhöhtem Zeit- und Kostenaufwand. Die Investition in standardisierte Module, welche durch das 60 Mitarbeiter zählende Programmiererteam von Research Now realisiert wurden, ermöglicht es, diese quasi aus der Schublade zu ziehen und einzusetzen.

Dies erlaubt Marktforschern und Instituten, ihre Online-Befragungen moderner und ansprechender zu gestalten und sich bei ihren Endkunden entsprechend zu positionieren. Bei den Teilnehmern erhöht dies die Akzeptanz.

Das Flash Survey Toolkit wurde auf Grund von Kundenforderungen nach intelligenteren, interaktiven Komponenten in Online-Umfragen entwickelt und folgt den umfassenden "Research on Research" Untersuchungen, die Research Now ständig durchführt. Weitere Ergebnisse hierzu werden im Laufe dieses Herbstes veröffentlicht.

Die Kernaussagen der "Research on Research" Untersuchungen sind zum einen die erhöhte Akzeptanz bei den Probanden und zum anderen die verbesserte Qualität und Vollständigkeit der erhobenen Daten. Kunden von Research Now können durch den Einsatz der Tools die Fragetypen in ihre Online-Fragebögen aufnehmen und erreichen eine verbesserte Datenqualität ohne Zusatzkosten.

Das Flash Survey Toolkit umfasst die folgenden Module: Card Sort, konfigurierbare Schieberegler, Drag und Drop, Freistehende Begriffe, Lupe, Zoom, Umblättern von Seiten, Hot Spots zur Analyse und Interaktion

Charles Pearson, Senior Vice President bei Research Now, erläutert: "Flash Tools werden seit einigen Jahren in der Branche eingesetzt. Research Now ist der erste Online Felddienstleistungs- und Panelanbieter, der auf Standardisierung setzt und entsprechende Investitionen getätigt hat. Die Module lassen sich zügig und einfach implementieren und unsere Kunden werden daraus einen direkten Mehrwert ziehen. Unsere Investition ist ein weiterer Beleg für Research Now's Bekenntnis zu Qualität und Innovation in der Online-Feldarbeit."

Research Now bietet darüber hinaus Beratung zum bestmöglichen und effizienten Einsatz der Tools in Kundenumfragen an. Für weitere Informationen steht **Marc Smaluhn, Managing Director Central Europe** (msmaluhn@research-now.de) zur Verfügung.

- ENDE -

Kontakt:

Research Now:

Chris Havemann, Chief Executive

+44 (0)20 7091 7800

Andrew Cooper, Managing Director

+44 (0)20 7091 7800

Marc Smaluhn, Managing Director Central Europe

+49 (0)40 398 0676-0

Corporate Website:

www.research-now.de

Hudson Sandler:

Alistair MacKinnon-Musson

+44 (0)20 7796 4133

Email:

rn@hspr.com

Anmerkungen:

Über Research Now

- Research Now ist ein führender internationaler Online-Feldforschungs- und Panel-Spezialist für die Marktforschungsindustrie.
- Research Now ist Eigentümer und Betreiber von 25 Panels in Europa, Australien sowie Nord- und Südamerika mit über 1,9 Millionen Panel-Teilnehmern weltweit.
- Die Online Panels von Research Now werden von den führenden Agenturen und weltbekannten Unternehmen in Anspruch genommen.
- Research Now verfügt über 11 Niederlassungen in London, Frankfurt, Hamburg, New York, Chicago, San Francisco, Toronto, Paris, Athen, Sydney und Melbourne.
- Research Now ist eine unabhängige Kapitalgesellschaft und am AIM Markt der Londoner Börse notiert.