



BVM-Kongress der Deutschen Marktforschung 2020

Call for Papers

Innovative Ansätze zur Segmentierung von Konsumenten gesucht – Call for Papers des BVM für den Kongress 2020.

Interessierte Marktforscher, die spannende empirische Beiträge zum Thema „Personas vs. Segments – What’s the Story?“ einbringen möchten, können sich bis zum 31. Januar 2020 als Referent/in für den BVM-Kongress bewerben.

Gesucht werden zukunftsweisende Forschungsansätze zur Identifizierung homogener Konsumentengruppen. Im Fokus stehen Fragen wie: Was sind die neuen und innovativen Ansätze im Spannungsfeld von Segmentierung und Personas? Welche Methode garantiert das beste Nutzerverständnis? Passen altbewährte Segmentierungen noch zum hybriden Konsumenten in der heutigen Zeit?

Die Beiträge werden auf dem Kongress im Pecha-Kucha-Format präsentiert. Strenge Zeitvorgaben sollen dabei für die präzise Darstellung eines Themas sorgen: auf den Punkt zusammengefasst und mit Bildern, Fotos oder Grafiken visualisiert.

Über die Kongressbeiträge erfolgt eine umfangreiche Vorab- und Nachberichterstattung, außerdem nehmen alle Referenten am Wettbewerb um den besten Kongressvortrag teil.

Innovationspreis

Im Rahmen des Preises der Deutschen Marktforschung vergibt der BVM 2020 zum 16. Mal den Innovationspreis. Wettbewerbseinreichungen sind jetzt möglich.

Forscher und Institute, die 2019 neue herausragende Ideen für die Branche entwickelt haben, ruft der Verband auf, sich bis zum 29. Januar 2020 am Wettbewerb für den Innovationspreis 2020 zu beteiligen. Gefragt sind vor allem Ansätze, mit denen besonders innovative Erkenntnisse erzielt werden können, wie außergewöhnliche Methoden oder neuartige Instrumente zur Datenerhebung. Die Inhalte der Einreichungen sind dabei unabhängig vom diesjährigen Kongress-thema. Was zählt, ist, dass sie methodisch fundiert, praktikabel und vorteilhaft im Vergleich zu vorhandenen Ansätzen sind.

Wer das Rennen um den begehrten Preis macht, entscheidet Mitte nächsten Jahres eine unabhängige Jury. Zuvor werden die besten Einreichungen offiziell nominiert. Alle nominierten Beiträge werden im Rahmen des BVM-Kongresses 2020 vorgestellt. Anschließend erfolgt die Bekanntgabe des Gewinners und die offizielle Preisverleihung.

www.bvm.org

BVM-Kongress 2020
8. und 9. Juni 2020
Frankfurt School of Finance & Management / Frankfurt am Main

Research & Results
MEDIENPARTNER

Foto: © Frankfurt School

BVM forUM meets AKQua: „From Results to Insights to Action“ Bericht: Edward Appleton und Christiane Quaas

„Es lebt und lebe die Quali-Forschung!“

Wie können qualitative Forscher besser dafür sorgen, dass ihre Ergebnisse und Empfehlungen in Unternehmen umgesetzt werden? Dieser Herausforderung widmeten sich 25 Teilnehmer beim zweiten „forUM meets AKQua“-Event des BVM.

Wie auf einem Markt waren in dem interaktiven Workshop alle eingeladen, die besten Ideen – sprich Zutaten – auszuwählen, um dann das perfekte Insights-Action-Dinner zusammenzustellen. Als „Marktstandbetreiber“ priesen Referenten von Sanofi-Aventis, KAO Salon Global, Point Blank, Happy Thinking People und ISM Global Dynamics ihr Angebot zu allen Projektphasen vom Briefing bis hin zur Implementierung an. Die Fülle der Outputs war beeindruckend – hier eine Auswahl:

Bitte konkret und greifbar

Ob betrieblich oder auf Institutsseite, man war sich einig: Viel schneller müsse man zu konkreten und zudem knackig kurzen Handlungsempfehlungen gelangen. „No action, no insight“, sozusagen. Mut und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit brauche es, damit sich die Wirkung des frischen Blicks „von außen“ voll entfalten könne. Externe Partner seien dabei in ausreichendem Umfang und rechtzeitig einzubinden, um eine möglichst reibungslose operative Umsetzung zu erlauben. Interessant: Längere Analyse-Präsentationen voller

Details klappten längst nicht mehr, so der allgemeine Tenor. Agilität scheint somit auch die qualitative Forschung erreicht zu haben. Spannende Vorschläge gab es zur Optimierung des Involvement-Niveaus betrieblicher Stakeholder, Visualisierungsoptionen wurden häufig als vorteilhaft benannt. Beliebt scheint Haptisches, etwa auf Karten gedruckte Insights: Sie lassen sich unternehmensweit flexibel und wiederholt einsetzen und machen Ergebnisse nachhaltig.

Konstruktives Miteinander

Unter der Leitung von Christiane Quaas (Sanofi) und Moderationsleiterin Patricia Blau (GIM) fand das Event von Arbeitskreis Qualitative Markt- und Sozialforschung AKQua und forUM Unternehmens-Marktforscher am 21. November in Frankfurt statt. Die Stimmung war gut – kollegial, freundlich und persönlich. Ob die Fülle von Outputs in einem digitalen Format wie einem Webinar hätte erreicht werden können, bleibt zu bezweifeln. Quaas kündigte abschließend die Präsenz von AKQua und forUM auf dem BVM-Kongress 2020 an und rief zum dritten Event im nächsten Jahr auf. Moderator Edward Appleton (H/T/P) regte an, die Stimme der Quali-Welt stärker zu erheben, und forderte die Teilnehmer auf, über Events wie dieses zu berichten, etwa in Social Media.

www.bvm.org

Anzeige



pharma-insight

www.apotheke-360-Grad.de
info@pharma-insight.com
0212/383 52 - 0