

GfM-Studie

Mai 2016



Finden statt Suchen

SCHNELL FINDEN STATT LANGE SUCHEN

Eine Maschine, mit der man finden kann, was die Internetnutzer auf allen Kanälen im Internet jetzt gerade und in den letzten dreissig Tagen suchen? Gewünscht haben sich das die Onliner von ProSiebenSat.1. Gebaut haben die Find-Maschine die Online-Marktforscher von ArgYou aus Baar, in zwanzig-jähriger Erforschung sämtlicher digitaler Kanäle, ob Suchmaschinen oder soziale Netze. Plötzlich können Werber und Agenturen jetzt auch mit der neuen Find-Maschine von ArgYou unabhängig genau messen, obs wirkt.

MARKTFORSCHUNG IN ECHTZEIT

Früher erteilte man einen Marktforschungsauftrag mit einem mehrstelligen Betrag, um nach drei Monaten oder einem dreiviertel Jahr einen Bericht zu erhalten, der detailliert Aufschluss darüber gab, was der Markt hergibt. Leider kamen die Ergebnisse meistens so spät, dass der Trend längstens vorbei war. Die Zahlen waren deshalb für das Marketing kaum noch verwendbar oder haben gar zu falschen Entscheidungen geführt. Heute, im digitalen Zeitalter, werden schnellere und vor allem unabhängig gemessene validierte und zuverlässige Marktdaten immer wichtiger. Nur: Wie kommt man innert nützlicher Frist an diese Daten? Im Fachjargon heissen diese Dienste Connected Market Research. Will heissen, dass man eben auch auf diesem Gebiet möglichst in Echtzeit zuverlässige Daten zur Verfügung haben will. Darüber

Dank der ArgYou Find-Maschine optimieren wir regelmässig unsere Kommunikation und passen diese den Gewohnheiten unserer Mitglieder und Besucher an. Zudem hilft sie uns, die Terminologie auf unserer Webseite auf Fakten basiert zu verbessern.

**Ralph Blasius
Leiter Digital Media,
TCS Touring Club Schweiz**

haben sich die Marktforscher- und -analysten von ArgYou schon länger den Kopf zerbrochen. Leider dauerten die Wirkungsmessungen bei Websites und E-Shops immer noch rund zehn

bis vierzehn Tage, um mit systematischen Softwaretools (inzwischen 457 an der Zahl!) die Nachfrage nach bestimmten Produkten und Inhalten zu messen.

«Die eigentliche Herausforderung lag bei der Geschwindigkeit, die im Onlinemarkt entscheidend ist.»

TV ALS INNOVATIONSTREIBER

«Vor rund zwei Jahren verlangte unser Kunde ProSiebenSat.1, wir sollten für unsere Messungen eine direkte Schnittstelle zu unseren Nachfragedaten bereitstellen, damit die Kollegen vom TV schneller auf die digitalen Trends reagieren könnten», erzählt ArgYou-Gründer Christoph Glauser. Im TV-Geschäft war man schon länger enttäuscht, weil die Wirkung online nicht so gut war wie bei den TV-Programmen selbst oder bei der TV-Werbung. Also baute ArgYou die Hightech-Messtechnik so um, dass auf der Stufe von einzelnen Keywords, Produkten, Stars und Claims im Onlineuniversum des ganzen Internets in Echtzeit gemessen werden kann, was gerade gefragt ist. «Als wir im Mai erste erfolgreiche Tests mit der Find-Maschine durchführten, wurde schnell klar, dass rasches Finden für alle unsere Kunden und für Agenturen hilfreich ist», berichtet Glauser. Der Schritt zur Geburt einer Find-Maschine war getan. Doch die eigentliche Herausforderung lag bei der Geschwindigkeit, mit der der Onlinemarkt gemessen wird, und bei der Sicherheit der Anwendungen, die im Hintergrund einer Find-Abfrage ablaufen. Hier kam die technologische Entwicklung den Marktfor-

Chocolat Frey nutzt die ArgYou Find-Maschine zur Datenerhebung für jedes wichtige Webprojekt. Im Zeitalter von Web 4.0, gehört der ArgYou Find-Maschine die Zukunft.

**Raffaele Sutter
Head of E-Commerce & Digital Business,
Chocolat Frey AG**

schern mit schnelleren Disks entgegen. Sie entwickelten die schnellste Marktforschungsmaschine der Welt von Anfang an nach den Bedürfnissen der potenziellen «Finder». Aber bald auch für die weltweite Nutzung in 29 Sprachen und in 40 Ländern.

WIRKUNGSBAROMETER FÜR KUNDEN UND AGENTUREN

Obschon die Find-Maschine wissenschaftlich, neutral, unabhängig und unbeeinflusst durch den Werbemarkt aus der Schweiz heraus funktioniert, haben zuerst ausländische Agenturen angefangen, die Maschine im Rahmen ihrer Projekte regelmässig zu nutzen. Im Unterschied zu Gratisdaten von Suchmaschinen und Social-Media-Anbietern nutzten die Agenturen die Messungen als ihre eigenen Wirkungsbarmeter für Pretests. Sie wollten aber bald die Messungen auch an ihre Kunden und auf die Projekte weiter verrechnen können. Eine der grössten Agenturen aus Deutschland wünschte sich ein Zusatzmodul zum internen Abrechnen der gemessenen MAFO-Daten gegenüber den Kunden. Weitere Agenturen zogen nach. «Wenn genügend Nutzer ein Zusatz-Feature auf der Find-Maschine wünschen, versuchen wir es zu entwickeln», verrät Glauser. Die

Maschine soll aber möglichst einfach und schnell bleiben. Das ist das wichtigste Ziel, dem die Marktforscher treu bleiben wollen. Einige Sonderwünsche blieben deshalb bisher unerfüllt. Andererseits ist der Nutzung keine Grenze gesetzt, so wird momentan im US-Wahlkampf weltweit und in den USA gemessen. Oder auch potenzielle Kandidaten, Marken, Produkte und Werbebotschaften sind voll im Trend. Einige berühmte Personen suchen auf der Maschine nach ihrem eigenen Namen, um ihren Bekanntheits- oder Popularitätsgrad selbst zu messen. Was genau gemessen wird, bleibt natürlich geheim – da sind die Betreiber der Find-Maschine unnachgiebig. «Vertrauen und Unabhängigkeit sind das wichtigste Kapital, das wir im Onlinegeschäft einsetzen.»

LINK ZUM ERKLÄRVIDEO:

https://www.youtube.com/watch?v=CoTX_QCHtLo&feature=youtu.be

LINK ZUR FIND-MASCHINE:

<https://find.ArgYou.com>

Die vollständige und ausführliche GfM-Mitglieder-Studie 2016, mit sämtlichen GfM-Mitgliedernamen in Kurz- und Langform sowie mit deren Online-Nachfrage-Werten kann bei der ArgYou AG, via E-Mail an: info@ArgYou.com angefordert werden.

«MESSEN STATT RATEN»

Suchmaschinen und Soziale Netzwerke werden heute allgemein als wichtigste Informationsquelle genutzt, von Bing, Facebook und Google bis hin zu Twitter, Xing und Yahoo. Leider fehlten bisher unabhängige, neutral gemessene und zuverlässige Daten zu den Nutzerinteressen und zur Relevanz im Online-Markt. Diese Lücke schliesst jetzt die neue Schweizer «Find-Maschine» von ArgYou.

Insgesamt sind es weltweit über 450 digitale Kanäle in 29 Sprachen und 40 Ländern, die von den digitalen Marktforschern systematisch via API ausgewertet werden. Mit eigenen Stichworten und in eigener Regie messen Marketing- und Kommunikations-Verantwortliche, sowie Werbetreibende jetzt in Echtzeit was im Internet in den letzten 30 Tagen durchschnittlich gesucht wurde. Wo Ihre eigenen eingegebenen Begriffe, Produkte und Themen rangieren messen Sie mit Hilfe der Maschine inzwischen einfach selbst.

DER BEZUGSRAHMEN

Die GfM hat die ArgYou AG beauftragt, alle aktuellen Mitglieder Namen auf ihre Online-Nachfrage im Internet (genauer im Universum Schweiz) zu messen.

Dabei wurden auf der Basis von den Firmennamen in der **Langform** und in der **Kurzform** gemessen, wie diese im digitalen Markt Schweiz nachgefragt werden und wie sie sich im Trend vor und nach 50 Tagen (Januar bis März 2016) entwickelt haben.

Die Messung ist ein zeitlich beschränkter Ausschnitt, misst jedoch sehr genau validierte, zuverlässige (reliable) Daten von sämtlichen digitalen Suchkanälen in der Schweiz und deren inhaltliche Nachfrage während dem untersuchten Zeitraum.

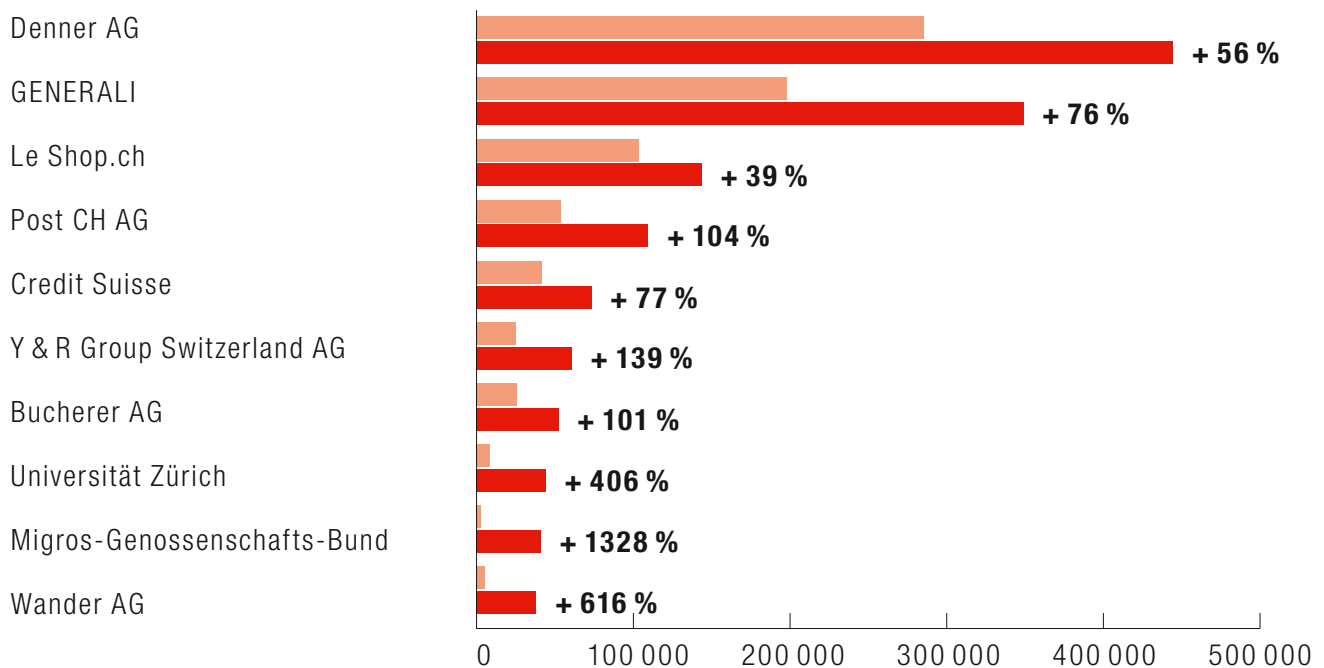
Die ersten zwei Grafiken (1) zeigen die Mega-Trends von den Top 10 GfM-Mitgliedern mit der grösster Zunahme bei der Nachfrage in Prozent. Die zweite Grafikseite (2) zeigt die Mega-Trends von den Top 5 GfM-Mitgliedern als Mittelwert aller Schreibweisen (Lang- und Kurzform). Die weiteren einfarbigen (3) Grafiken, zeigen jeweils die Top 5 pro Branche. Die vollständige Studie mit sämtlichen GfM-Mitgliedernamen kann via E-Mail auf der letzten Seite bestellt werden.

(1) DIE GfM-MITGLIEDER MIT TOP-NACHFRAGE

Die Top-Trends, alle Mitglieder, alle Branchen

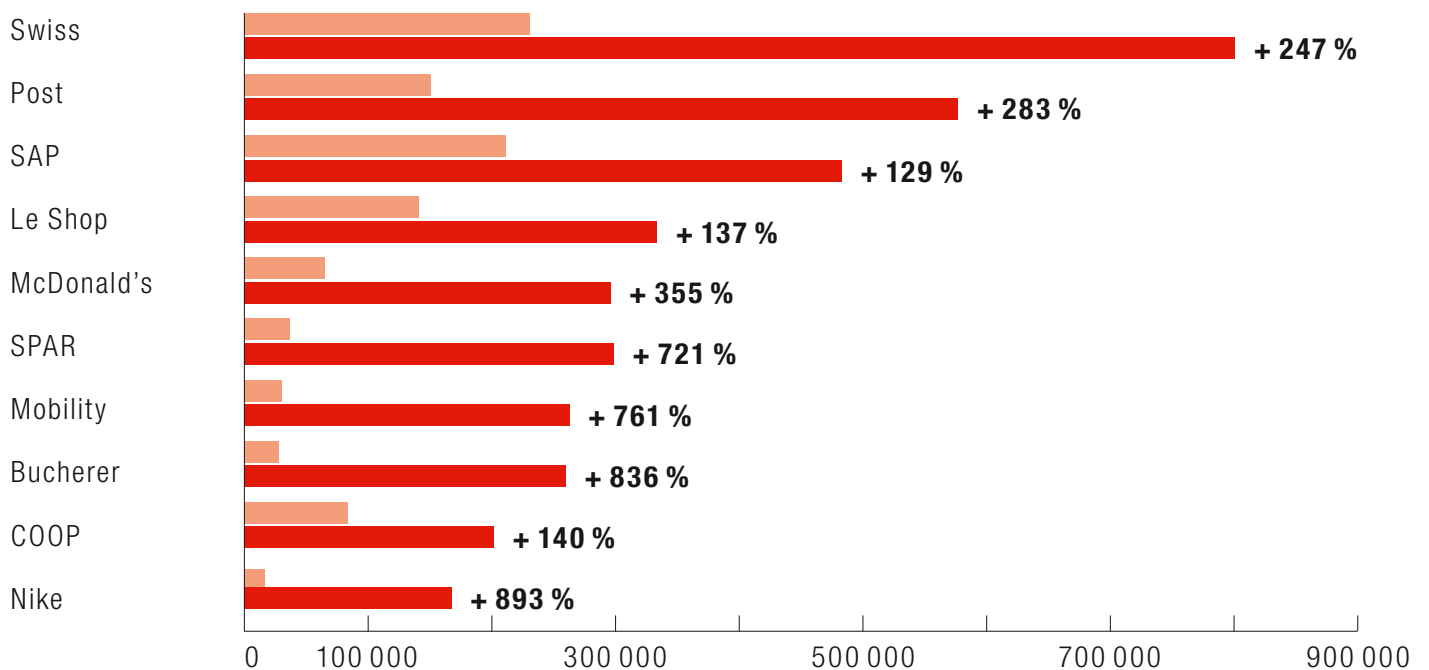
TOP 10 ZUNAHME MITGLIEDER (LANGNAMEN)

Erste Messung
Zweite Messung



TOP 10 ZUNAHME MITGLIEDER (KURZNAMEN)

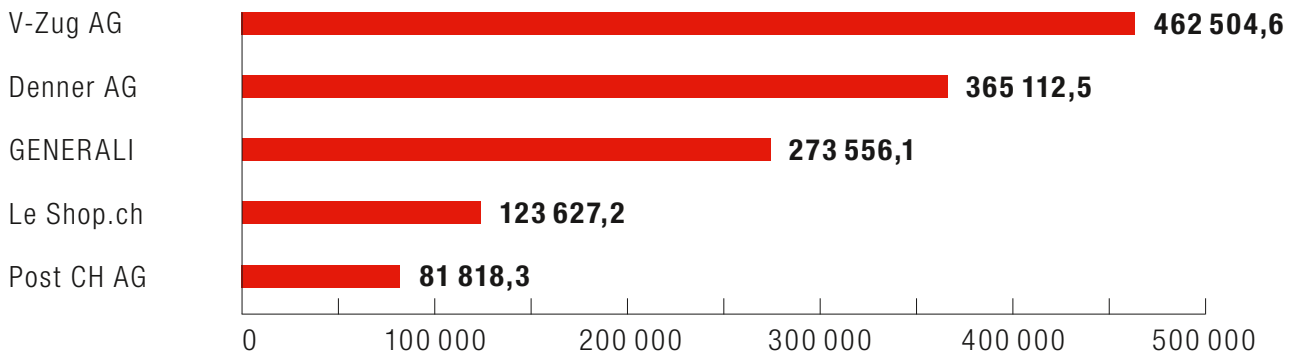
Erste Messung
Zweite Messung (50 Tage später)



(2) DIE TOP 5 GRAFIKEN PRO BRANCHE

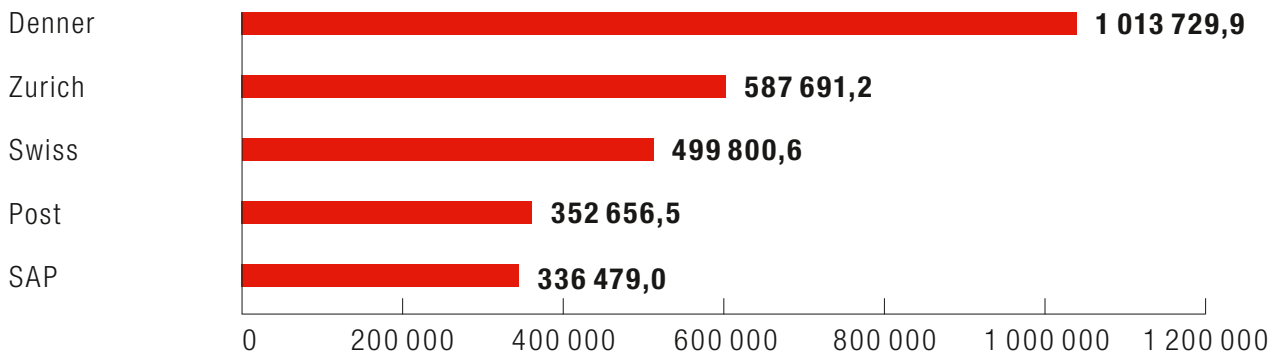
TOP 5 MITGLIEDER (LANGNAMEN)

■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



TOP 5 MITGLIEDER (KURZNAMEN)

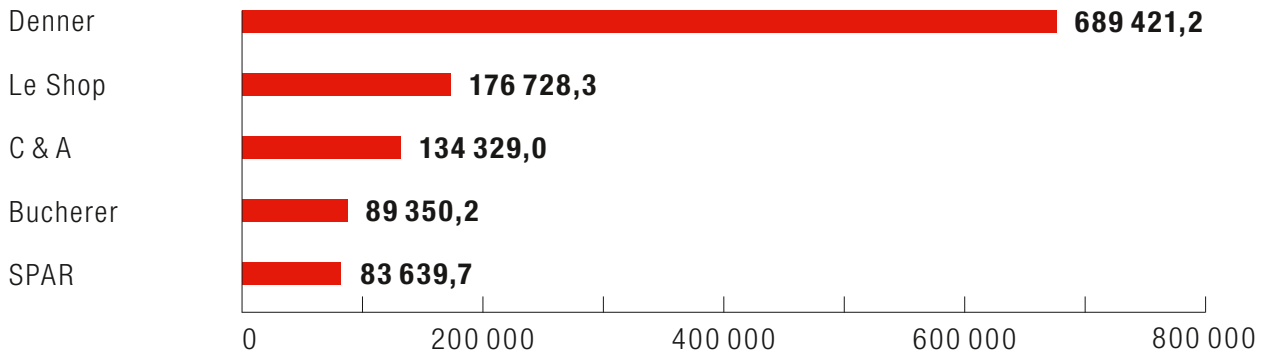
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



(3) DIE TOP 5 GRAFIKEN ALLE BRANCHEN

MITTELWERTE DER BRANCHE «HANDEL»

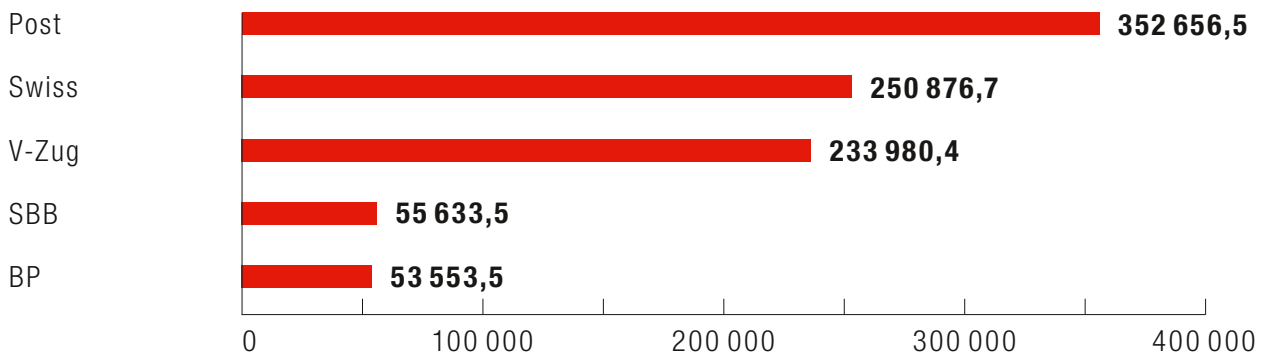
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Anderes»

TOP 5 ANDERES

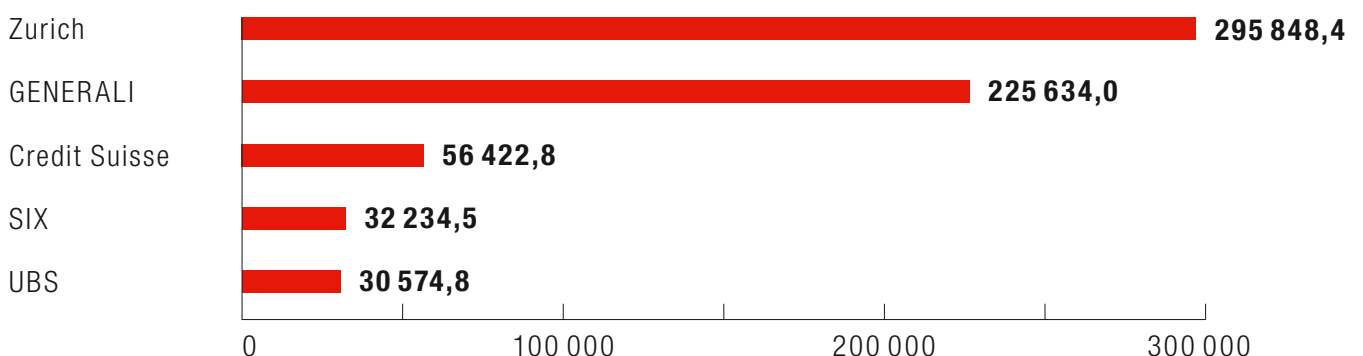
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte der Branche «Banken und Versicherungen»

TOP 5 BANKEN UND VERSICHERUNGEN

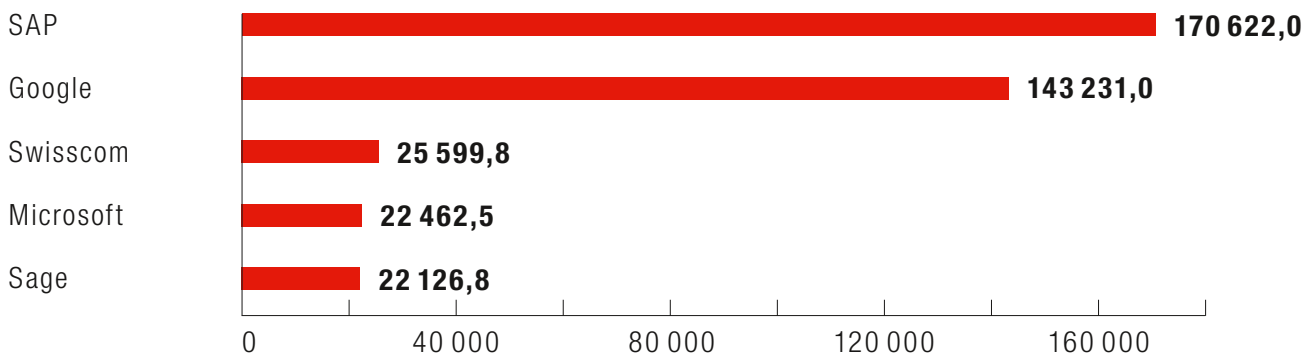
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Informatik, Elektronik und Telekom»

TOP 5 INFORMATIK

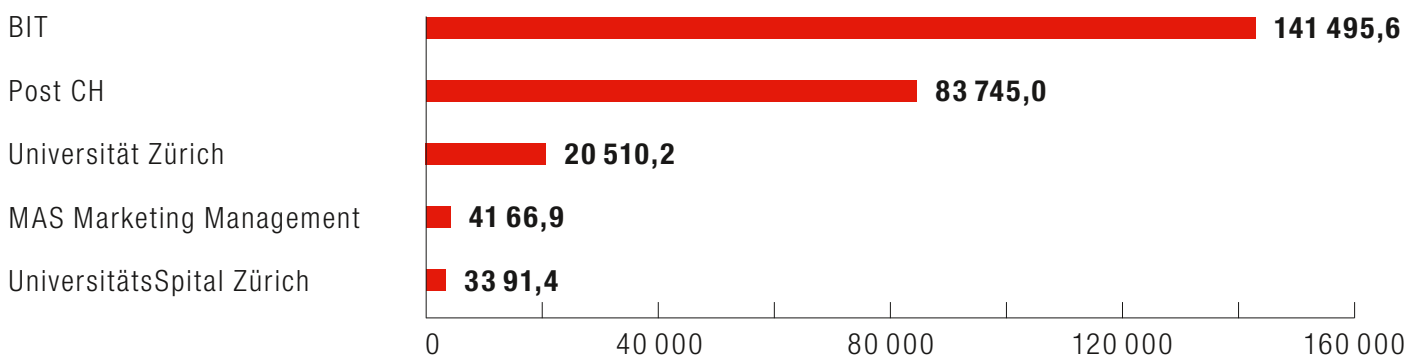
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Öffentliche Verwaltung und Staatsbetriebe»

TOP 5 ÖFFENTLICHE VERWALTUNG UND STAATSBETRIEBE

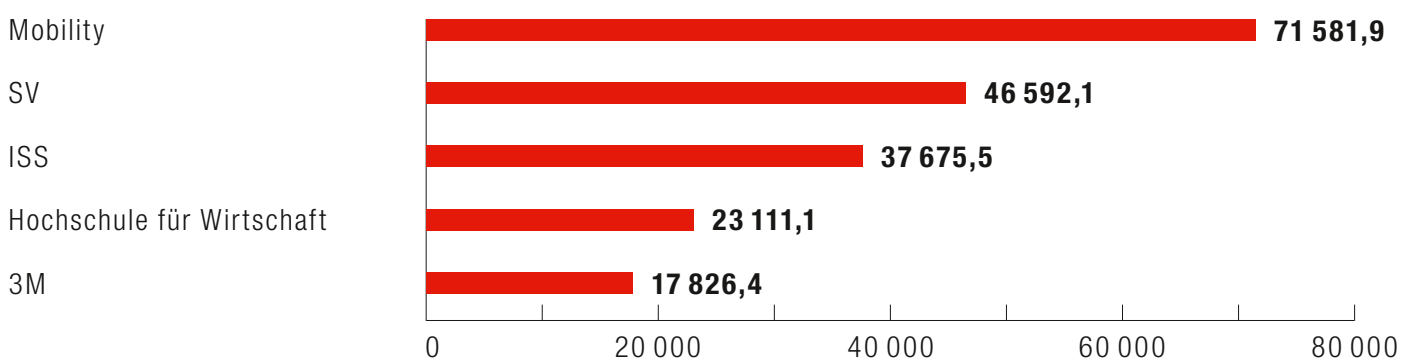
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Andere Dienstleistungen»

TOP 5 ANDERE DIENSTLEISTUNGEN

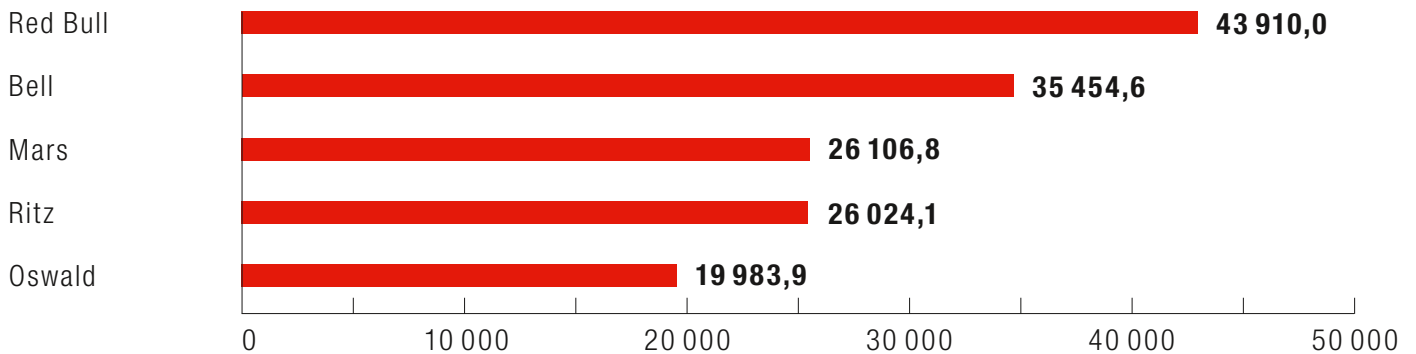
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Nahrungsmittel und Getränke»

TOP 5 NAHRUNGSMITTEL UND GETRÄNKE

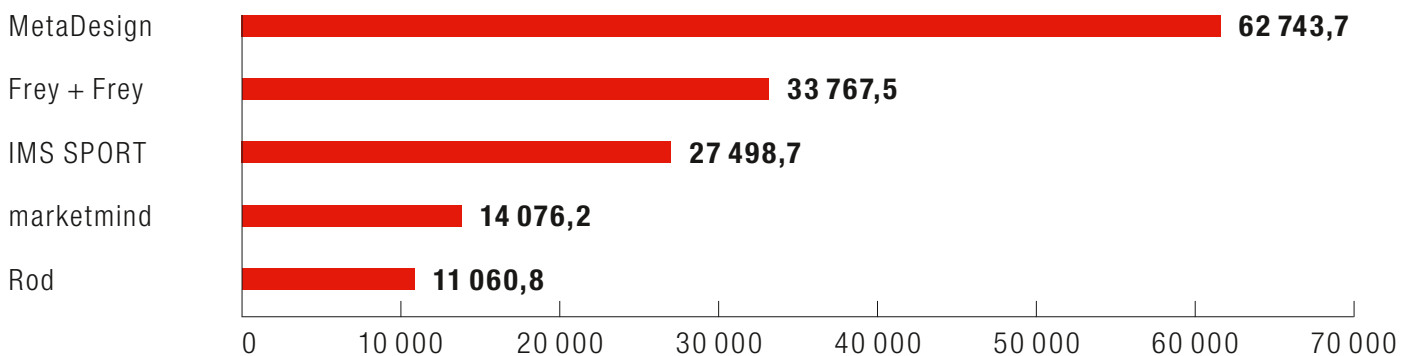
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Marketing und Kommunikation»

TOP 5 MARKETING UND KOMMUNIKATION

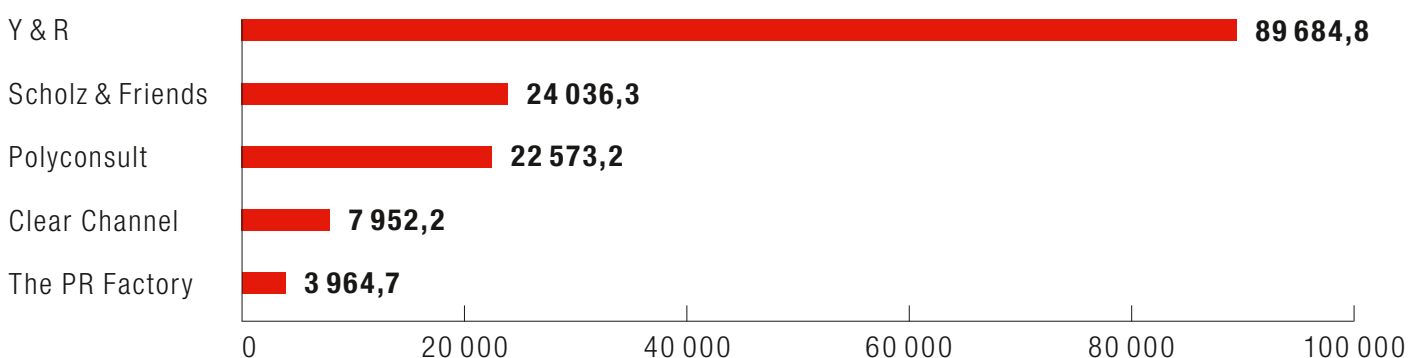
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Werbung»

TOP 5 WERBUNG

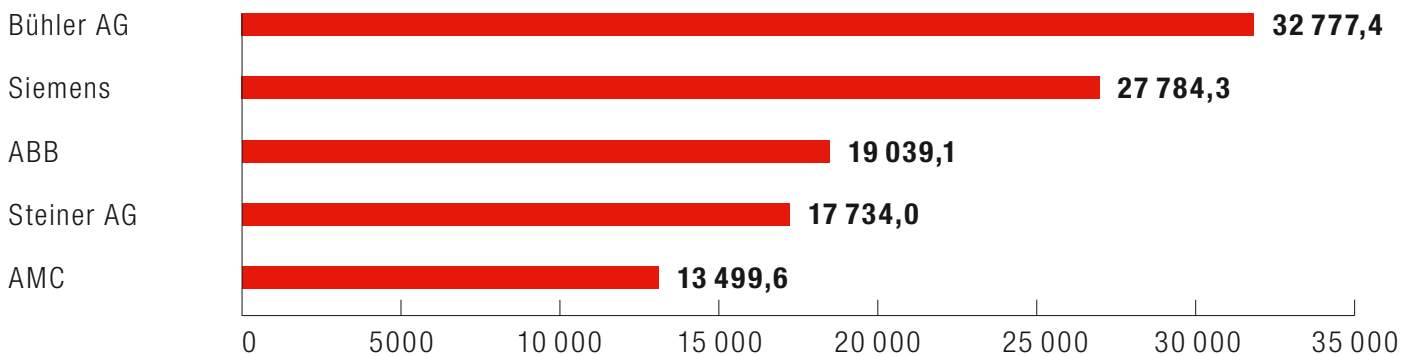
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Industrie»

TOP 5 INDUSTRIE

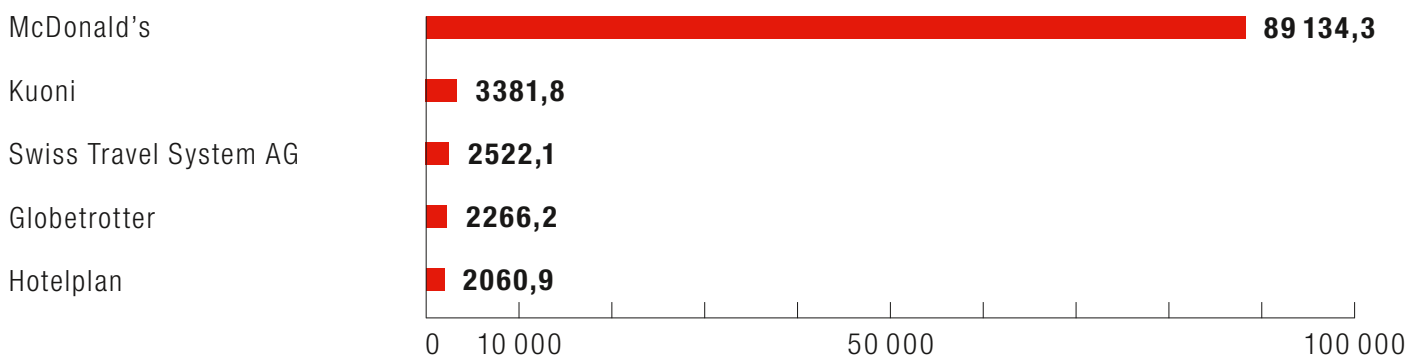
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Tourismus und Gastgewerbe»

TOP 5 TOURISMUS UND GASTGEWERBE

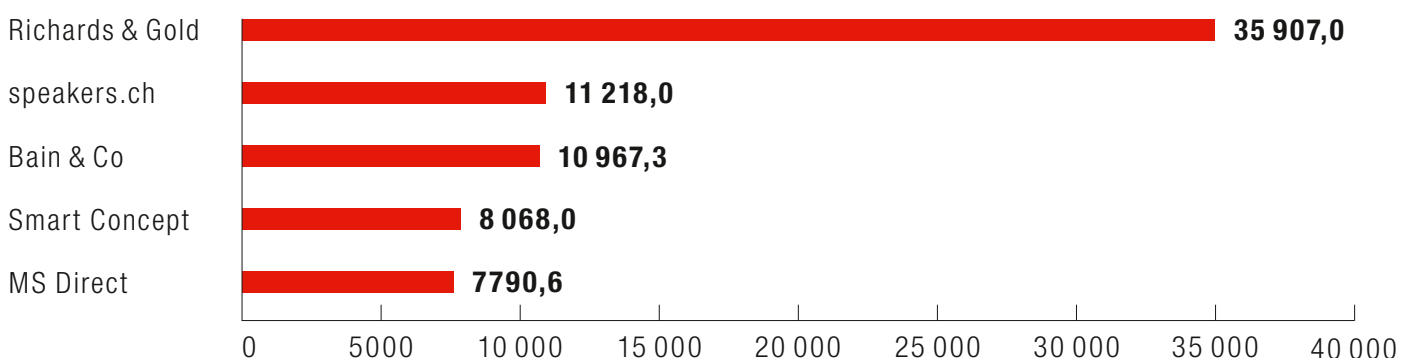
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Beratung»

TOP 5 BERATUNG

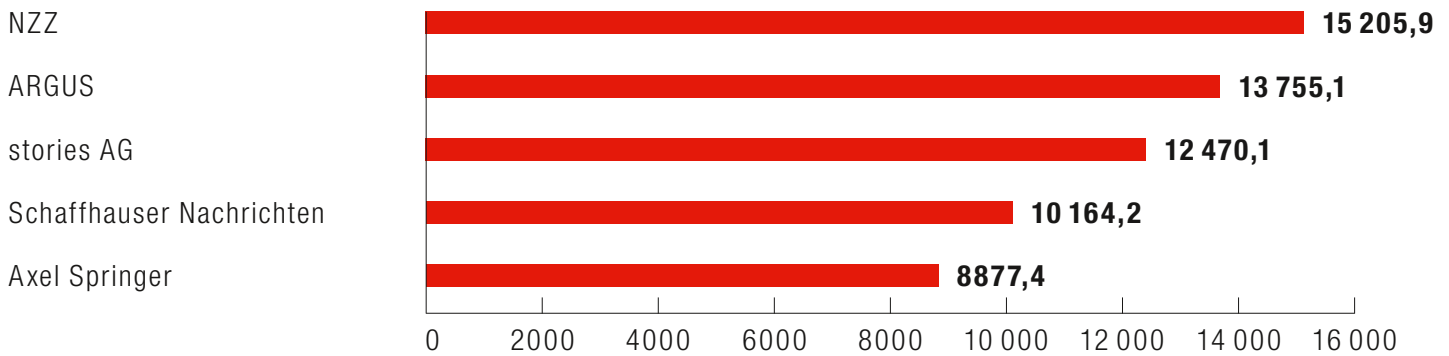
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Medien und Verlage»

TOP 5 MEDIEN UND VERLAGE

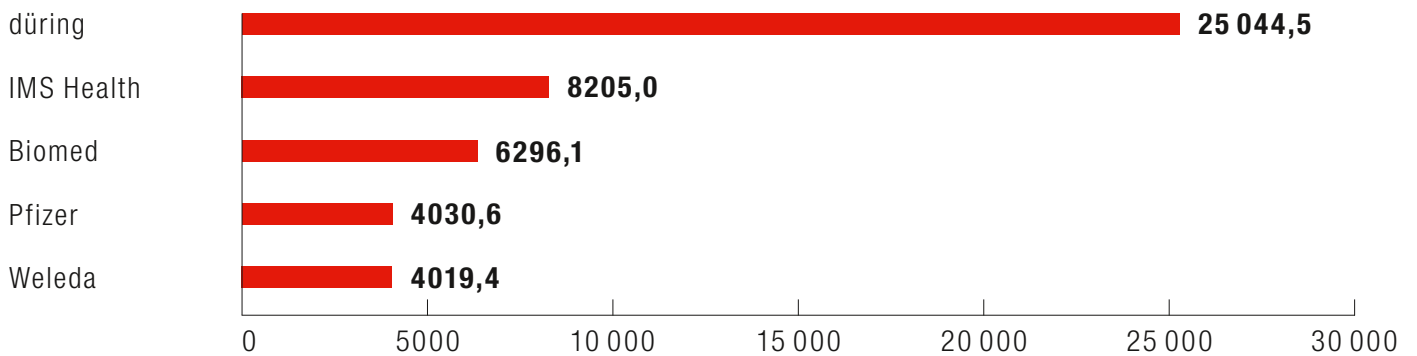
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Branche «Chemie und Pharma»

TOP 5 CHEMIE UND PHARMA

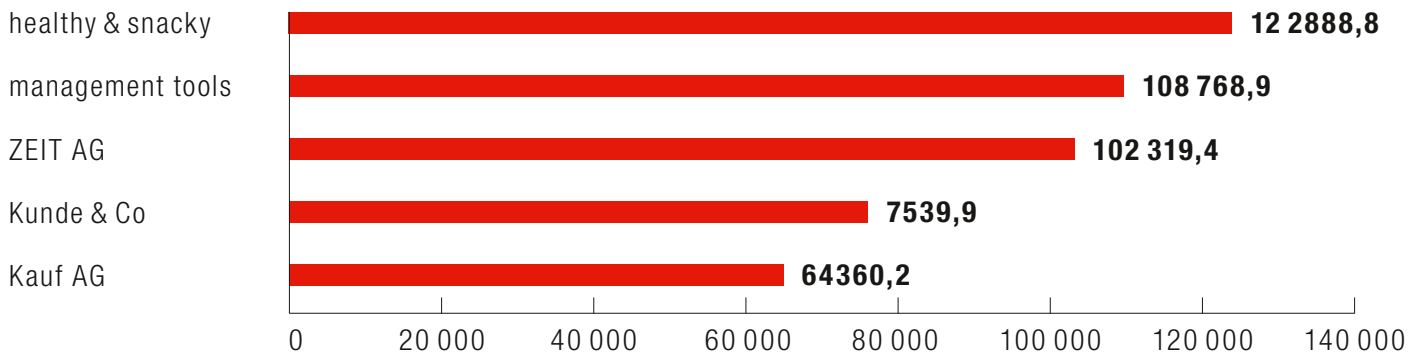
■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



Mittelwerte aus Lang-/Kurznamen der Brands mit generischem Namen *

TOP 5 GENERISCHE

■ Mittlere Nachfrage Suchmaschinen



*Generische Namen müssen mit einer gewissen Vorsicht im Internet gemessen werden. Firmennamen wie Zeit, Inhalt, persönlich usw. **erhalten unverhältnismässig mehr Nachfrage**, weil dabei auch alle generischen Abfragen mitgemessen werden. Generische Mitgliedernamen wurden in der Studie deshalb separat ausgewiesen, weil sie sonst das Branchen-Ergebnis verfälschen würden.

ÜBER DIE AUTOREN

Dr. Christoph Glauser CEO; Joel Keller, Nils Messerli, Jana Glauser (Analytik);
Jean-Michel Stampfli und Mark Eting (Marketing & Sales)

ÜBER DIE ArgYou AG

Mit ihren eigens dafür entwickelten Forschungsmethoden, Soft- und Hardwaretools und mit der neuen Find-Maschine <https://find.ArgYou.com> ist ArgYou AG weltweit führend auf dem Gebiet der Suchmaschinen-Intelligence mit der Messung von digitalen Assets, Märkten, Crossmedia-Kampagnen und Medien. ArgYou AG verbindet für alle Werbeprojekte die offline Kampagne mit der online Kampagne und unterstützt mehr als 3000 Kunden bei ihrer online-Strategie. ArgYou AG ist einerseits Direkt-Lieferant für e-shops und Online-Kunden und andererseits strategischer Partner von zahlreichen Agenturen und Agenturnetzwerken.

Die vollständige und ausführliche GfM-Mitglieder-Studie 2016, mit sämtlichen GfM-Mitgliedernamen in Kurz- und Langform sowie mit deren Online-Nachfrage-Werten kann bei der ArgYou AG, via E-Mail an: info@ArgYou.com angefordert werden.

GfM-FIRMENMITGLIEDSCHAFT – IHRE NUTZEN:

GFM HAT PROFIL

über 700 namhafte Mitgliederfirmen aus allen Branchen

GFM VERNETZT

das beste Marketingnetzwerk der Schweiz

GFM IST DIE QUELLE DER ERKENNTNIS

in der Marketingforschung

GFM UNTERSTÜTZT DEN MARKETINGNACHWUCHS

mit Aus- und Weiterbildung

GFM MACHT WISSEN ERLERNBAR

mit Veranstaltungen und Publikationen

JA, ICH INTERESSIERE MICH FÜR DIE FIRMENMITGLIEDSCHAFT!



Oder online unter:
www.gfm.ch/de/mitglieder/mitgliedwerden/

einscannen und anmelden

75
JAHRE

GfM
SWISS MARKETING

Schweizerische Gesellschaft für Marketing, Löwenstrasse 55, 8001 Zürich
Telefon +41 (0)44 202 34 25, Fax +41 (0)44 281 13 30, www.gfm.ch, info@gfm.ch