

Der Beginn einer langfristigen Zusammenarbeit

Warum Askia-CEO Patrick George überzeugt ist, der richtige neue Software-Partner von DemoSCOPE zu sein.

Patrick George*

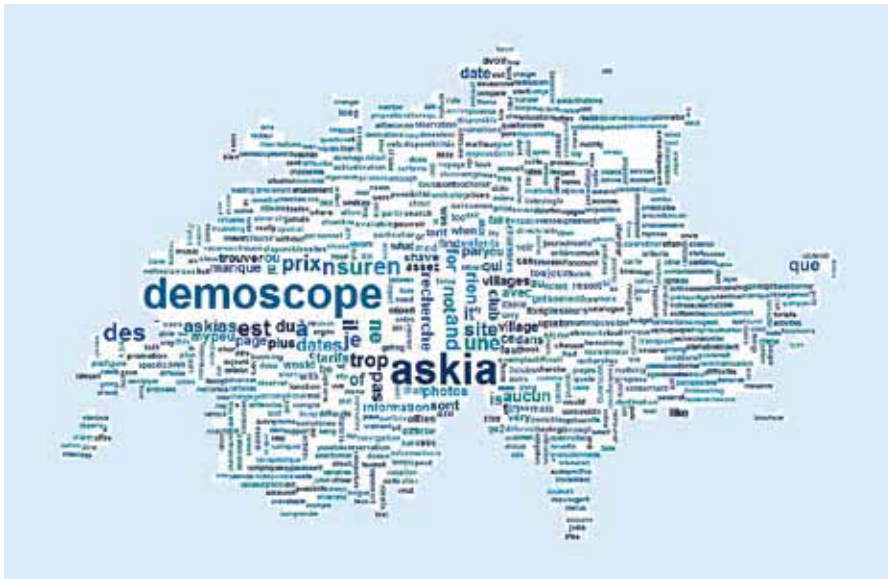


Bild: Askia

Beispiel einer Word Cloud zur Textanalyse, wie sie Askia liefert.

Askias Vision war und ist es mehr denn je, innovative Spitzentechnologie für die Marktforschungsindustrie anzubieten. Unserem Ziel, eine integrierte Software – von der Datenerhebung bis zur Datenanalyse – für die Marktforschung

zu entwickeln, sind wir unserer Meinung nach schon recht nahe gekommen. Wir sind aber realistisch genug, um zu erkennen, dass es sicherlich noch Bereiche in unserer Software gibt, die es zu verbessern gilt und die uns noch

davon abhalten, jetzt schon das ultimative Softwarepaket präsentieren zu können. Die folgenden Punkte, an denen wir im Moment arbeiten, bringen uns unserem Ziel ein ganzes Stück näher:

- **Datenerhebung:** Unser Fokus liegt hier auf der Weiterentwicklung unserer Datenerhebungstools. Das Ziel ist, unseren Kunden eine gehostete und skalierbare Softwareplattform inklusive Predictive Dialing zur Verfügung zu stellen, auf die jederzeit und von überall zugegriffen werden kann.
- **Smartphone-Befragungen:** Durch den rasanten Anstieg der mobilen Internetnutzung via Smartphones war es notwendig, unsere Befragungstechnologie auch für diesen Bereich zu optimieren. Unsere aktuelle Softwareversion ist bereits ausgelegt für Browser auf Desktop PCs und Notebooks wie auch für Mobile Browser (iOS, Android & BlackBerry).

Die 3 Hauptvorteile für die Kunden von DemoSCOPE

1. Integration verschiedener Methoden in Mixed-Mode-Befragungen:

Die Erreichbarkeit und Teilnahmebereitschaft der Zielpersonen in der Marktforschung nimmt kontinuierlich ab. Mixed-Mode-Befragungen sind hier der beste Weg, um auch in Zukunft die Qualität in Stichproben zu sichern:

- Größere Repräsentativität durch telefonische Rekrutierung

- Höhere Ausschöpfung durch freie Wahl des Befragungsmodus
- Methodeneffekte können beschrieben werden

2. Nutzung des mobilen Internets:

Die Integration von mobilen Geräten, sei es zur Befragung im Rahmen von CATI Mobile (siehe Artikel Seiten 14–15) als auch über das mobile Internet, ermöglicht es, Zielgruppen anzusprechen, die über klassische

Methoden der Marktforschung nicht erreicht werden können.

3. Erweiterte Analyse-Funktionalitäten:

Durch die Möglichkeiten des Online-Reportings erhalten unsere Kunden direkten Zugang zu ihren Daten in Echtzeit. Der damit verbundene Zeitgewinn erlaubt es, mehr Zeit in die Analyse der Daten und die Darstellung der Ergebnisse zu investieren.

- Fragebogenprogrammierung: Das Askia Designtool für die Fragebogenprogrammierung wird in Zukunft sowohl browserbasiert als auch wie gewohnt offline als Stand-Alone-Applikation zur Verfügung stehen. Dies erlaubt unseren Anwendern, ein Projektskript online zu beginnen und es zum Beispiel auf einem langen Flug offline, das heisst ohne Internetverbindung, fertigzustellen. Askia Design wird Multi-User-fähig sein und es mehreren Programmierern ermöglichen, gleichzeitig am selben Fragebogen zu arbeiten.
- Askia Design Controls (ADC): Wir haben einen eigenen Standard für Internet-Bedienelemente für unsere CAWI Software entwickelt, der auf die Nutzung in Flash, HTML5 und Silverlight ausgerichtet ist. Die verfügbaren Bedienelemente beinhalten unter anderem: Sliders, Kartensortierung, Drag&Drop-Funktionalität und virtuelle Einkaufsregale.
- Statistiken: Askia bietet seit jeher eine Fülle an multivariaten Analysemöglichkeiten an, beginnend mit Faktorenanalyse über Clusteranalyse bis zur Regressionsanalyse. Wir überarbeiten derzeit diese Methoden, um die Datenanalyse in naher Zukunft noch einfacher und benutzerfreundlicher zu machen.
- Word Clouds und Textanalysen: Mit dem Beginn von Web 2.0 werden mehr und mehr Daten in Form von Texten gesammelt. Traditionelles Nachkodieren ist oftmals nicht der beste Weg, um umfangreiche Texte zu analysieren. Wir haben deshalb spezielle Werkzeuge zur Textanalyse auf Basis von Lexikometrie und Sentimentanalyse entwickelt, um «Word Clouds» zu erstellen, in denen faktorenanalytische Karten von Wörtern und charakteristischen Antworten gebildet werden.
- Online Analysen und Dashboard: Unser browserbasiertes Analyse- und Reportingpaket Askivista wird derzeit komplett in HTML 5.0 überarbeitet, so dass es zukünftig auf allen Plattformen verfügbar sein wird mit dem Ziel, die Erstellung eines

leistungsfähigen Analyse-Portals mit nur wenigen Klicks zu ermöglichen.

Wir freuen uns sehr auf die langfristige Zusammenarbeit mit einem Partner wie DemoSCOPE. Ohne Zweifel werden wir von DemoSCOPEs 50-jähriger Erfahrung in der Marktforschung viel lernen können, denn trotz des «hohen Alters» – bitte nicht als Beleidigung verstehen – erleben wir das DemoSCOPE-Team als innovativ und voller Motivation. Askia wünscht dem DemoSCOPE-Team viel Glück und Erfolg für die nächsten 50 Jahre bis zum 100-Jahr-Firmenjubiläum!



Bild: DS

Umfrage aufs Handy – machen Sie mit!

**Patrick George ist CEO und Mitgründer von Askia. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Paris mit Niederlassungen in Mannheim, New York, London, Brüssel und Sao Paulo.*

Die Grundpfeiler der Askia-Philosophie

Herausragende Software: Seit den Anfängen von Askia sind wir darauf fokussiert, innovative Softwarelösungen ausnahmslos für die Marktforschungsindustrie zu entwickeln. Auf diese Spezialisierung sind wir mit Recht stolz, denn wir verfügen heute über ein einzigartiges Software-Portfolio: unsere Lösungen reichen von der Fragebogenerstellung über die Datenerhebung – CATI (mit Predictive Dialer), Web, face to face und Mobile Interviewing bis hin zur leistungsfähigen Analyse-, Online-Reporting- und Textanalyse-Software. Jedes unserer Werkzeuge basiert auf derselben Entwicklungsumgebung und wurde von Askia-Programmierern vor dem Hintergrund entwickelt, eine nahtlose Integration der einzelnen Module zu gewährleisten.

Aussergewöhnliches Support-Team: Unsere Fähigkeit, einen herausragenden Support anzubieten, basiert auf zwei Dingen: Der Erfahrung unserer Mitarbeiter und unserem ausgefeilten Online-Support-System. Das Fundament jedoch – alles, wofür Askia steht, – sind die Menschen bei Askia. Die meisten unserer Mitarbeiter sind schon seit vielen Jahren für uns tätig. Genau dies garantiert die Kontinuität und Expertise, die man sonst auf keine andere Art und Weise gewinnen kann.

Partnerschaftliche Beziehungen: Ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg ist, dass wir unsere Kunden wo immer es möglich ist in unsere Unternehmens- und Entwicklungsprozesse einbinden und sie selbst an der Gestaltung teilhaben können. Wir sehen uns als Partner unserer Kunden und nicht als reiner Softwareanbieter.