



## Aufschließende Marktforschung

Auch wir Marktforscher können eitel sein und beweisen unseren Kunden gerne, wie schlau wir sind indem wir zeigen, was man alles mit den Daten machen kann. Und das Ergebnis sind häufig langatmige Aufbereitungen, in denen es sehr viele Ergebnisse gibt, aber wenig Erkenntnisse und noch weniger konkrete Empfehlungen. Ein Freund nennt das die ‚multiple Beweisführung‘ des Marktforschers. Für Kunden bedeutet das aber schlicht eine weitere Baustelle im Information Overload.

Bei K&A sind wir uns der Herausforderung bewusst geworden und konzentrieren uns darauf, für unsere Kunden die spannende Beziehung des teils irrational erscheinenden Menschen zu den Marken aufzuschließen und alles andere als Redundanz zu erkennen und wegzulassen. Dadurch sind unsere Präsentationen in den letzten Jahren deutlich kürzer, präziser und merk-,würdiger‘ geworden, mit ausgesprochen positiven Reaktionen unserer Kunden.