



Warum mit GALLUP INTERNATIONAL?

Globale Ebene

- Bewährte Projektpartnerschaften, existierende Teams
- Meetings (mindestens einmal jährlich)
- Wissenstransfer durch gemeinsame Trainings, Seminare, Mitarbeiteraustausch, auch durch gemeinsame internationale Non-Profit-Forschungsprojekte des Marktforscher-Nachwuchses
- Global standardisierte Qualitätsansprüche
- Standardisierte Definition von Methoden, Begriffen
- Optimierte Abläufe (z.B. Software, Datenlieferungen)
- Vorhandene Standardprodukte (tw. in Lizenz), mit der Bereitschaft zur Adaption
- Netzwerk mit international anerkannten Experten – sei es im Bereich der politischen Forschung oder auf dem Gebiet der Marktforschung i. e. S.
- Regelmässig weltumspannenden pro bono-Studien zu Themen von allgemeinem Interesse

Lokale Ebene

- Eigenständigkeit, keine "Befehlsempfänger" sondern unternehmerisch denkend
- Lokale Marktkenntnisse (Input für das Research Design und die Interpretation: Sprache, Kultur, Verhaltensmustern, aber auch statistischen Quellen)
- Lokale Empfehlung von Methoden (Sampling, Datenerhebung), lokale Übersetzung durch Marktforscher (also durch jemanden, der die Methoden und den Markt kennt)
- Umsetzung entsprechend dem jeweiligen Kulturkreis
- Häufig unter den Marktführern, die Marke GALLUP schafft Vertrauen bei den Befragten

Operative Ebene

- Ein Kontakt, in der Nähe, in der eigenen Sprache (bequem, effizient)
- Zentrale Koordination (Auswahl der konkreten Partner, Entwicklung des Design, einheitliches – häufig persönliches – Briefing vor Ort, einheitliches Vorgehen bei der Analyse)
- Klare Abklärung der Kompetenzen, Projektmanagement
- Vorgabe und Durchsetzung der Qualitätsansprüche des koordinierenden Instituts