

# Firmenpräsentation

NORDLIGHT research GmbH  
Elb 21 | 40721 Hilden | Deutschland  
T+49 2103 25819-0 | F+49 2103 25819-99  
[info@nordlight-research.com](mailto:info@nordlight-research.com) | [www.nordlight-research.com](http://www.nordlight-research.com)

Wachstum und Innovation in der digitalen Welt brauchen neuen Pioniergeist.  
Mit uns geht's in die richtige Richtung.

# Marktforschung für Pioniere

Wer Erfolg in einer zunehmend digitalisierten Welt haben will, muss Neues probieren und dabei kontrollierte Risiken eingehen. Hierbei unterstützen wir Sie.

Die NORDLIGHT research GmbH ist ein dynamisches Institut und liefert Ihnen hochwertige Marktforschungslösungen für erfolgskritische Entscheidungen. Denn Fakten zu Märkten statt Vermutungen reduzieren nicht nur Risiken, sondern machen auf neue Chancen aufmerksam.



Wir prüfen Ihre Ideen zu Produkten, Dienstleistungen und Kommunikationsansätzen. In der Entwicklung, vor dem Launch und auch danach.

# Was wir bieten...



Konzeption, Umsetzung und Analytik aus einer Hand: ein Ansprechpartner von der Angebotsphase bis zum Ergebnis

Produktentwicklung

Marketingkommunikation

Experienceforschung

Unser Leistungsspektrum umfasst den gesamten Marktforschungsprozess – von der Anforderungsanalyse und Studienkonzeption über die Datenerhebung und Auswertung bis hin zu Reports und Management-Präsentationen mit Handlungsempfehlungen. Wir führen sowohl quantitative als auch qualitative Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalysen durch. Online oder offline.

# Themen

- Produkte und Dienstleistungen mithilfe frühzeitigen Kundenfeedbacks in den Markt entwickeln und so Absatzchancen und Deckungsbeiträge optimieren
- Durch maßgeschneiderte Untersuchungskonzepte Marke, Werbung und Medien zielgruppenwirksam gestalten und im Wettbewerbsumfeld tracken
- Mit Kontaktpunkt-Monitoring alle wichtigen Schnittstellen zu Kunden im Blick halten und Kundenbindung, Image sowie Produkt- und Servicezufriedenheit verstehen
- Mit dem «Trendmonitor Deutschland» Licht und Orientierung in das Verbraucherverhalten zu aktuellen Trendprodukten und Trendthemen bringen und Ad-hoc-Fragen mit dem Shuttle-Service zeitnah beantworten

B2C und B2B...

Kunden, Kündiger, Vertriebspartner...

online, telefonisch, schriftlich, persönlich...

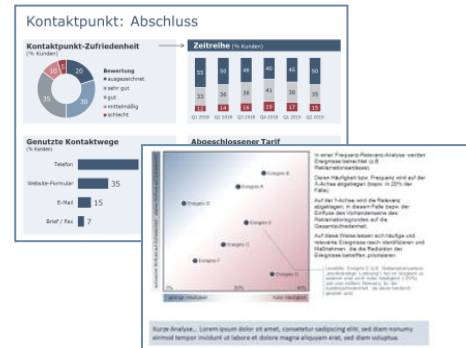
explorative, projektive, assoziative Verfahren...

Conjoint-, Cluster- und Treiberanalysen...

# Impressionen zur Arbeit

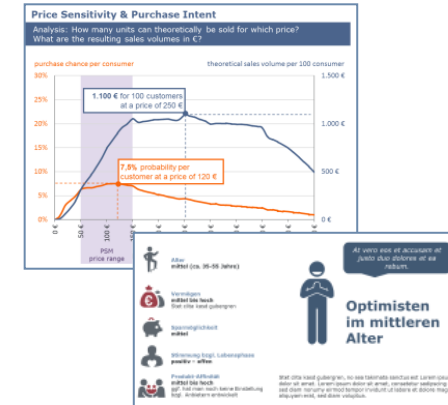
## Experience-Forschung

- > Kundenzufriedenheit, Bindung und Kündigungsprävention
- > Kontaktpunktanalysen
- > Maßnahmenevaluation



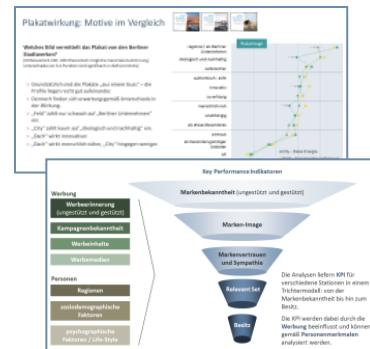
## Produkte & Zielgruppen

- > Produkt- und Konzeptevaluationen
- > Pricing
- > Absatzpotenziale
- > Zielgruppen / Personas



## Marketingkommunikation

- > Werbetrackings
- > Werbemitteltests



## Publizierte Studien

- > Trendmonitor Deutschland: Das Monitoring für zukünftige Produkte
- > Vertriebskanalstudie Energie: Seit fünf Jahren eine Referenz für deutsche Marktbewegungen
- > Thematische Studien zu z.B. Haustieren, Telekommunikation oder Finanzen



# Tiefer einsteigen...

Wenn Sie uns näher kennenlernen wollen, finden Sie auf unseren Websites Produktinformationen, Studien und Insights.



**KONTAKTPUNKT- /  
WIRKUNGSANALYSE**

**NACHVOLLZIEHEN, WO UND WIE WIRKUNGEN ENTSTEHEN**

Kontaktpunkte (Touch Points) systematisch zu analysieren ist notwendig, wenn man Beziehungen zu großen Zahlen von Kunden, aber auch Mitarbeitern oder Vertriebspartnern gestalten will. Auf diesem Wege löst man sich von den Einzelfallbeobachtungen oder Anekdoten, die womöglich ein verzerrtes Bild zeichnen. Maßnahmen werden statistisch abgesichert, in den richtigen Bereichen angestoßen und basieren auf Erkenntnissen, die sich allein aus den konkreten Erlebnissen der Kunden, Mitarbeiter und Vertriebspartner ableiten lassen.

**IHRE FRAGEN**

- > Wie erleben Kunden Ihre Produkte und Services?
- > Auf welche Produkt- und Servicemerkmalen legen Kunden Wert?
- > In welche Bereiche lohnt es sich, punktuell oder strategisch zu investieren?

**Aktuelle Trendstudien**

**TRENDMONITOR**  
NACHVOLLENDIGUNG  
Marken, Marken und Nachhaltigkeit  
Das Spiegel zwischen Anspruch und Wirklichkeit.

MOVING CONSUMER MARKETS

**Bündelproduktstudie Energie Privatkunden**  
Kundenpräferenzen und Bindungsstärke illustriert | April 2021

**Marken und Nachhaltigkeit aus Verbrauchersicht**  
€498,00 – €1.498,00  
Zzgl. 19% MwSt.  
Kostloser Versand

**Bündelproduktstudie Energie Privatkunden 2021**  
€3.290,00 – €4.280,00  
Zzgl. 19% MwSt.  
Kostloser Versand

**Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2021**  
Transparenz von Vertriebskanälen | Juli 2021


**ERFOLGSFAKTOREN FÜR MAKLERPORTALE 2021**  
Möglichkeiten der Optimierung von Portalen für Versicherungsanbieter

**Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2021**  
€4.980,00  
Zzgl. 19% MwSt.  
Kostloser Versand

**Studie Maklerportale Versicherer 2021**  
€2.450,00 – €3.350,00  
Zzgl. 19% MwSt.  
Kostloser Versand

**Trendmonitor Deutschland Blog**

Smart Home | E-Mobility | Digital Lifestyle | Haushaltsrobotik | Virtual & Augmented Reality | Smart Speaker & Sprachassistenten | Smart Shopping | Media | Entertainment & Gaming | Banking & Insurance | Energy | Food | Health & Wellness | Travel | Mode & Beauty



**Nachhaltigkeit von Marken aus Verbrauchersicht**

by Liesa Fiegl | Nov 2021 | Allgemein, Einzelhandel, Energy, Handel, Marken, Nachhaltigkeit

Wie nehmen die Verbraucher die Stärke und die Glaubwürdigkeit von Marken beim Thema Nachhaltigkeit wahr? Wie passen Anspruch und Wirklichkeit aus Verbrauchersicht zusammen? Wie nachhaltig handeln die Verbraucher selbst? In welchen

Website mit Produktinfos  
> [www.nordlight-research.com](http://www.nordlight-research.com)

Studienshop, Blog und Pressemitteilungen  
> [www.trendmonitor-deutschland.de](http://www.trendmonitor-deutschland.de)

# Referenzen



Wir sind für namhafte internationale Konzerne, mittelständische Firmen und andere Forschungs- und Beratungsinstitute tätig. Seit 2007 bauen wir die Partnerschaft mit bestehenden Kunden aus und knüpfen Geschäftsbeziehungen zu neuen Unternehmen. Unser Firmensitz ist Hilden bei Düsseldorf.

1&1 • 3M • ADAC • agentur05 • AIDA Cruises • Aktion Mensch • aktiv.net • Austrian Airlines • AXA • Bad Heilbrunner • Bausparkasse Schwäbisch Hall • BASF • Berliner Stadtwerke • Blitzstrom • BookBeat Deutschland • BTB/Energienetze Berlin • Bundesamt für zentrale Dienste und offene Vermögensfragen (BADV) • Cardif Versicherung • CARGLASS • Chamberlain • comdirect bank • CosmosDirekt • DER Touristik • Deutsche Post • Düsseldorf Airport • ENTEGA • E.ON • eprimo • EWE • FKP Scorpio Konzertproduktionen • Frankfurt School of Finance & Management • GData • GE Medical Systems • Generali Versicherung • Geometry Global • Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. • GIM • Gothaer • Gries Deco Company • H. von Gimborn • Hakle • HALLESCHE Krankenversicherung • Handelsblatt • HOPPECKE Advanced Battery Technology • IfH Institut für Handelsforschung • innogy • IVV • JalouCity • Johanniter-Unfall-Hilfe • Kassenärztliche Vereinigung Nordrhein • Konzerthaus Dortmund • LBS • medpirica • OEV Online-Dienste • Ogilvy Public Relations • ÖRAG • OLB Oldenburgische Landesbank • otelo • OTTO • Provinzial Rheinland Versicherung • QIAGEN • Remmers • RheinEnergie • Rheingold • ROLAND Rechtsschutz • R+V • SAKS FIFTH AVENUE OFF 5TH • Santander Consumer Bank • S-Direktversicherung • SEB • Somfy • Sparkasse KölnBonn • STP Informationstechnologie • Standard Life • Stadtwerke München • SV Sparkassenversicherung • Talanx • O2 Telefonica • Thermopad • triple A Internetshops • Union Investment • Unitymedia Group • Verbraucherzentrale Niedersachsen • Versicherungskammer Bayern • Vodafone • VPV Lebensversicherung • VR-NetWorld • Walter • Weleda • Wirtschaftsblatt • WPR COMMUNICATION • Xella Baustoffe • Zurich Versicherung





# Fakten zum Unternehmen

- Gründung im Jahr 2007
- Marktpsychologisches Forschungsinstitut
- Inhabergeführte GmbH
- Firmensitz: Hilden bei Düsseldorf
- Rund 1,2 Mio. Euro Jahresumsatz
- Jährlich circa siebzig umgesetzte Auftragsprojekte
- 12-köpfiges Team
- Projektmanagement durch methodisch ausgebildete Akademiker, unterstützt durch studentische Mitarbeiter und Freelancer
- Online-Befragungen in-house realisiert  
ggf. mit spezialisierten Feldpartnern für Adressen
- Telefonische Interviews und Fokusgruppen  
mit spezialisierten Feldpartnern realisiert

