

# MARKEDSANALYSE

## med høj troværdighed



En workshop med medlemmerne, hvor der skulle arbejdes med analyseresultater og træffes beslutninger om en fremtidig messestrategi, var en kæmpe-succes, siger Steen Rytlig fra NTL.

Brancheforeningen NTL (Netværket af Tekniske leverandører, med over 350 virksomheder som medlemmer) valgte i foråret Gallup som samarbejdspartner til at få større indsigt i virksomheders syn på forskellige danske industrimesser.

Som repræsentant for 350 virksomheder var det essentielt for analyse set-up'et, at det var 100 % objektivt. Der blev lige efter bogen designet følgende faser:

### KVALITATIV FASE:

Hvad rør' sig i markedet?

### KVANTITATIV FASE:

Hvor meget rør' det sig?

### WORKSHOP:

Hvad gør NTL for at sikre en fremtidig succes?

### FASE 1: Fokusgrupper med kunder fra den tekniske industri

Der blev gennemført 2 fokusgrupper med henblik på at finde de essentielle drivers og barrierer i forbindelse med besøg af danske industrimesser. Hovedformålet med fokusgrupperne var at få kundernes formuleringer på området samt deres behov og drømme. Primært med henblik på at udarbejde et spørgeskema, hvis indhold afspejler de væsentlige forhold på markedet, som har indflydelse på kundernes besøg af danske messer.

### FASE 2: Internetanalyse blandt over 700 kunder

Internetanalysen blev valgt som metode, fordi vi interviewer folk via deres arbejdsplads. Metoden er fleksibel, idet respondenter blot kan udfylde sit skema, når han/hun har tid og lyst. Respekten for interviewpersonens tid bliver gengældt med en meget høj respons – over 75 % returnerer deres svar.

### FASE 3: Workshop med NTL's medlemmer

NTL står i dag med et stort datamateriale, der afspejler deres kunders fremtidige adfærd og holdninger til de danske industrimesser. Som så mange andre analyser er resultaterne ikke sort/hvide – der er fordele og ulemper ved de beslutninger, der skal tages i fremtiden og de tiltag der skal implementeres. Derfor inviterede NTL til 1 dags workshop, hvor medlemmerne selv kom til at arbejde med resultaterne og fremkomme med forslag til fremtiden. Medlemmernes input fra workshoppen anvendes i NTL's videre arbejde med at udvikle det fremtidige messekoncept for branchen.

Workshoppen har været en win-win situation – vi har fået værdifuld indblik i hvad medlemmerne tænker og mener om analysen, og medlemmerne har fået stor mulighed for at påvirke og få indflydelse på NTL's anbefalinger og beslutninger på området, slutter Steen Rytlig fra NTL.



Steen Rytlig, adm. Direktør NTL (Netværket af Tekniske Leverandører). TNS Gallup blev valgt som samarbejdspartner for at sikre høj troværdighed omkring analysen. Endvidere har Gallup igen og igen stillet op overfor forskellige udvalg og præsenteret resultaterne. Uvildighed og objektivitet har været gennemgående i samarbejdet og i den metodiske tilgang til analysen.

Workshoppens idéer, findings og konklusioner blev samlet op i en rapport og distribueret til samtlige NTL's medlemmer.

Af XXXX  
Yderligere information:  
xxx@xxx.dk