

Offspring Media en Markteffect werken samen bij marktonderzoek

20-08-2020 11:01



Online uitgeverij Offspring Media en marktonderzoeksbureau Markteffect gaan samen een marktonderzoekspropositie bieden in de markt voor gezinnen met jonge kinderen en zwangere vrouwen.

Afgelopen weken werd het Nationaal Borstvoeding Onderzoek 2020 uitgevoerd door Offspring Media in samenwerking met Markteffect. Deze eerste inventariserende samenwerking was met bijna 4.000 respondenten (waaronder 1.000 zwangere vrouwen) direct een groot succes. Het onderzoek rondom de Wereld Borstvoeding Week werd binnen een aantal dagen uitgevoerd en is direct het grootste onderzoek naar borstvoeding in Nederland.

Mathijs Visser (Offspring Media): “Als snel groeiende online uitgeverij met verschillende platformen voor zwangere vrouwen, moeders en gezinnen in Nederland, Vlaanderen en Duitsland bieden we bedrijven allerlei mogelijkheden om met onze doelgroep in contact te komen. We krijgen daarbij ook regelmatig aanvragen voor marktonderzoek. Door de exclusieve samenwerking met Markteffect kunnen we hen hiervoor inschakelen en gebruik maken van hun jarenlange onderzoekservaring. Dit is direct een meerwaarde voor onze klanten en dus ook voor ons bedrijf.”

Hans de Jong (Markteffect): “Markteffect staat bekend in de markt als specialist in het bereiken van

uitdagende doelgroepen. Dat doen we traditioneel via online panels, via ons callcenter en veldwerkteam. Daarnaast zoeken we nadrukkelijk de samenwerking met bedrijven die toegang hebben tot niche-doelgroepen. Offspring Media is zo'n bedrijf en geeft ons toegang tot een zeer interessante doelgroep bestaande uit zwangere vrouwen, moeders en gezinnen. Uit onze eerste pilot blijkt direct de enorme potentie van onze samenwerking. De hoge responsecijfers, betrokkenheid van de doelgroep en de kwaliteit van de data viel direct op."

De samenwerking tussen Offspring Media en Markteffect richt zich op het aanbieden van diverse marktonderzoeken voor bedrijven (bv. doelgroepen, behoeftenonderzoek en PR onderzoek) en anderzijds op kant-en-klare onderzoek producten zoals een naamsbekendheidmeting, campagne effectmeting en concept-toetsing.

Foto: [Ronak Baheti](#) via [Unsplash](#)

Frank Veerkamp