



## Projektsteckbrief

# Fragen lohnt sich

Internationale Kundenbefragung am POS  
mit über 9.000.000 Teilnehmern

Seit 2016 führt Lidl weltweit Kundenbefragungen in mehr als 25 Ländern durch. Nach ihrem Einkauf werden Kunden zu ihrem Wohnort, dem Erhalt des wöchentlichen Werbebandzettels und weiteren Themen befragt.

Seit Start des Projekts wurden schon über 9,2 Mio. Befragungen in den Lidl-Filialen durchgeführt. Angegebene Adressdaten werden mit hinterlegten Straßenlisten abgeglichen und im System automatisch um Geokoordinaten

angereichert. Die Datenerhebung erfolgt dabei anonym um die Konformität mit den Datenschutzbestimmungen in den jeweiligen Befragungsländern sicherzustellen.

Erhobene Daten werden in einem speziell entwickelten Portal verwaltet und in Diagrammen dargestellt. Die gewonnenen Ergebnisse liefern wertvolle Informationen für die künftige Expansionsplanung und die Werbemittelverteilung.

Eingesetztes Produkt: mQuest®

Millionen erhobene Datensätze in  
über 25 Ländern

Digitalisierte Fragebögen mit hinterlegten  
Straßenlisten

Multilinguale Fragebögen in 23 Sprachen

Automatische Ergänzung von Geokoordinaten

Unabhängig von W-LAN oder Mobilfunk  
dank Offline-Funktionalität

## Leistungen



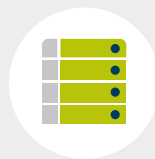
Bereitstellung  
der Software



Individuelles  
Analyseportal



Support



Hosting



Mit mQuest® konnten wir auf ein fertiges Produkt zurückgreifen und damit die Time-to-Market für unsere Befragungslösung enorm verkürzen. Die Funktionsvielfalt und insbesondere die Offline-Funktionalität haben uns überzeugt. Wir konnten dadurch die Qualität der Befragungsergebnisse deutlich steigern und international standardisieren.

Florian Krebs, Business Consulting Geospatial Solutions  
Schwarz IT KG

Weitere Informationen zum Kunden:  
[www.lidl.info](http://www.lidl.info)



[www.mQuest.de](http://www.mQuest.de)