

So schaffen Sie ein zusätzliches Lächeln auf dem Gesicht Ihrer Teilnehmer

Wie effektive Anreize zur Bindung und Beteiligung von Teilnehmern beitragen

Warum dieses Whitepaper?

Teilnehmer sind in verschiedenen Forschungsbereichen wichtig, in denen Einblicke in menschliches Verhalten, Meinungen und Erfahrungen im Mittelpunkt stehen. Sie können wertvolle Informationen liefern, die zur Gewinnung von Erkenntnissen und zur Entscheidungsfindung beitragen.

Es gibt verschiedene Forschungsbereiche, in denen Teilnehmer wichtig sind. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele:

Marktforschung: Marktforschung zielt darauf ab, die Bedürfnisse und Vorlieben von Verbrauchern zu verstehen. Teilnehmer spielen dabei eine entscheidende Rolle, da sie Einblicke in ihre Meinung, Erfahrungen und Verhaltensweisen in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen geben.

Sozialwissenschaftliche Forschung: Sozialwissenschaftliche Forschung konzentriert sich auf menschliches Verhalten und die Gesellschaft. Bei dieser Art von Forschung sind Teilnehmer wichtig, da sie Informationen über Einstellungen, Werte, Wahrnehmungen, Überzeugungen und Verhalten geben können.

Politik- und Policy-Forschung: Bei der Politik- und Policy-Forschung wird die Meinung und Haltung der Teilnehmer zu politischen Fragen und Entscheidungen untersucht. Es ist wichtig, das Meinungsbild der Bevölkerung zu kennen, um Entscheidungen treffen zu können, die ihren Bedürfnissen und Wünschen entsprechen.

Gesundheitsforschung: Bei der Gesundheitsforschung werden Teilnehmer häufig eingesetzt, um Einblicke in Gesundheitsprobleme, Symptome, Erfahrungen mit Behandlungen und die Wirksamkeit medizinischer Interventionen zu erhalten.

Um Teilnehmer an Studien zu binden und mehr Engagement zu schaffen, wurden einige erfolgreiche Anreize entwickelt. Dieses Whitepaper gibt Einblicke in die größten Herausforderungen und die effektivsten Anreize, die zu einer positiven Erfahrung und einem zusätzlichen Lächeln bei den Teilnehmern beitragen. Durch die erfolgreiche Anwendung dieser Anreize tragen sie zu einer erfolgreichen Rekrutierung von Teilnehmern und zur Erhöhung der Retentionsrate bei. Dies führt wiederum zu zuverlässigeren und genaueren Forschungsergebnissen.



Die größten Herausforderungen, um Teilnehmer zu motivieren und zu halten:

Wir haben die größten Herausforderungen, mit denen Forscher bei der Durchführung von Studien konfrontiert sind, aufgelistet:

- **Die Kosten:** Die Kosten für Belohnungen können schnell ansteigen, insbesondere wenn viele Teilnehmer an der Studie beteiligt sind. Forscher müssen die positiven Auswirkungen der Belohnung gegen die Kosten abwägen.
- **Die Aufrechterhaltung des Engagements der Teilnehmer:** Die Verwendung von Belohnungen ist nicht immer ausreichend, um die Teilnehmer langfristig in die Studie einzubinden. Oft sind weitere Maßnahmen erforderlich, um die Motivation der Teilnehmer aufrechtzuerhalten.
- **Timing der Belohnung:** Timing ist entscheidend! Wenn die Teilnehmer zu früh belohnt werden, können sie die Studie vorzeitig abbrechen. Wenn die Belohnung jedoch zu spät erfolgt, können die Teilnehmer ihr Interesse verlieren oder sich unterbewertet fühlen. Es ist von entscheidender Bedeutung, den richtigen Zeitpunkt zu finden, um die Teilnehmer zu belohnen. Die Verwendung eines Punktesystems ist eine beliebte Methode, um die Teilnehmer zwischendurch zu belohnen, wobei die Punkte zu einem späteren Zeitpunkt gegen beispielsweise eine Geschenkkarte eingetauscht werden können.
- **Ethikbedenken:** Der Wert der Belohnung ist wichtiger, als Sie vielleicht denken. Die Vergabe von zu hohen Belohnungen kann ethische Bedenken aufwerfen. In diesem Fall können sich die Teilnehmer gedrängt fühlen, teilzunehmen. Dies kann die Validität der Studie beeinträchtigen.
- **Anziehung einer vielfältigen Gruppe von Teilnehmern:** Es kann eine Herausforderung sein, eine vielfältige Gruppe von Teilnehmern zu motivieren und zu halten. Insbesondere Gruppen, die historisch gesehen in Forschungsstudien unterrepräsentiert sind, sind oft schwer zu erreichen. In diesem Fall ist es notwendig, gezielte Strategien zu entwickeln, um diese Gruppen einzubeziehen und zu halten.
- **Zusammenarbeit und Ehrlichkeit der Teilnehmer:** Das Risiko bei der Verwendung von Belohnungen besteht darin, dass die Teilnehmer weniger wahrheitsgemäß sind oder versuchen, das Belohnungssystem zu beeinflussen, um die Belohnung (schneller) zu erhalten. Es sind dann andere Strategien erforderlich, um diese Risiken zu minimieren und sicherzustellen, dass die Teilnehmer den richtigen Anforderungen entsprechen.

Dies sind die **effektivsten Belohnungsstrategien**

Belohnungen können ein leistungsfähiges Instrument sein, um die Teilnahme an Forschungsstudien zu fördern und die Teilnehmer zu halten. Aber... nicht alle Belohnungsstrategien sind gleich effektiv. Wir haben die effektivsten Strategien aufgelistet, um den Teilnehmern ein zusätzliches Lächeln ins Gesicht zu zaubern:



• **Personalisierung**

Eine personalisierte Belohnung ist eine perfekte Möglichkeit, um Forschung Teilnehmerinnen und -Teilnehmer ein Gefühl der aufrichtigen Wertschätzung zu vermitteln. Mit einer persönlichen Nachricht oder einem Video fühlen sich die Teilnehmenden persönlich angesprochen und die Beteiligung und das Gefühl der Wertschätzung werden erhöht.



Vielfalt & Optionen

Indem man verschiedene Belohnungen anbietet und den Teilnehmern Optionen gibt, die ihren persönlichen Interessen entsprechen, kann man bei allen ein Lächeln hervorrufen. Während der eine durch eine finanzielle Belohnung stärker motiviert wird, gibt der andere möglicherweise eher eine Erfahrung vor, wie beispielsweise Tickets für eine Veranstaltung.

Eine große Auswahl an Belohnungen zur Auswahl vermittelt ein Gefühl der Wahlfreiheit. Die Forscher zeigen damit, dass sie die Vorlieben und Interessen der Teilnehmer schätzen. Sogar der Prozess der Auswahl der Belohnung wird zu einer zusätzlichen positiven Erfahrung, was zu einer höheren Teilnahme und Engagement führt.



Rechtzeitige Belohnung

Durch rechtzeitige Belohnung und Anreize zeigt man den Teilnehmern, dass man ihre Anstrengungen schätzt. Diese Anerkennung hilft dabei, eine positive Beziehung aufzubauen und die Teilnahme zu einem viel unterhaltsameren und interessanteren Erlebnis zu machen!

Bei jeder Belohnung erfährt der Teilnehmer ein Gefühl der Befriedigung. Durch die Belohnung nicht nur am Ende der Untersuchung, sondern z.B. bei Abschluss jeder Aufgabe oder jedes Kapitels wird ein Gefühl von Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen geschaffen. Dadurch ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass die Teilnehmer bleiben und sich mehr anstrengen.

Gamification

Durch die Anwendung von Gamification (z.B. durch Punktesysteme, Abzeichen oder Fortschrittsbalken) wird die Untersuchung für die Teilnehmer viel unterhaltsamer und herausfordernder. So wird die Beteiligung der Teilnehmer erheblich gesteigert, indem Belohnungen angeboten werden, wenn bestimmte Levels oder Meilensteine erreicht werden.

Das Sehen des Fortschritts während der Untersuchung gibt ein Gefühl von Stolz und Freude. Der Zugang zu Scoreboards mit den Ergebnissen anderer Teilnehmer schafft ein Gefühl von Wettbewerb. Dies ermutigt die Teilnehmer, noch härter zu arbeiten, damit sie sich im Ranking nach oben arbeiten können. All diese Spielelemente tragen zu einem **zusätzlichen Lächeln** bei!

Transparenz

Transparenz ist entscheidend, um die Erwartungen der Teilnehmer zu managen. Indem man offen ist über die Struktur, Arten und den Wert der Belohnungen, wissen die Teilnehmer, was sie erwarten können. Dies schafft Vertrauen und verringert das Risiko, dass sich Teilnehmer getäuscht oder betrogen fühlen.

Transparente Belohnungen stellen sicher, dass die Teilnehmer für ihre Zeit und Mühe fair belohnt werden. Dadurch empfinden sie ihre Teilnahme als wertvoll und es wird mehr Menschen ermutigen, teilzunehmen. Das Wissen um die Belohnung motiviert die Teilnehmer auch dazu, sich mehr anzustrengen und führt zu einer höheren Qualität der Forschungsdaten!



Finanzielle Belohnungen

Finanzielle Belohnungen werden immer noch reichlich eingesetzt. Die finanzielle Belohnung ist seit Jahren sehr effektiv bei der Steigerung und Verbesserung der Teilnahme an Forschungsstudien. Es ist eine beliebte Methode, weil sie den Teilnehmern direkt greifbare Vorteile bietet und daher ein großer Motivator sein kann, um an der Studie teilzunehmen.



Non-Cash-Belohnungen

Non-Cash-Belohnungen werden ebenfalls immer beliebter. Bei Yesty erfahren wir immer wieder, dass Belohnungen wie Geschenkkarten, Preise oder Punktesysteme sehr effektiv sind, um Panellisten zu motivieren. Die Ausgaben für Non-Cash-Belohnungen wie Geschenkkarten sind im Jahr 2022 gestiegen. Sowohl in Nordamerika als auch in Europa bleibt die Erwartung für 2023 positiv.

(Quelle: Industry Outlook For 2023: Merchandise, Gift Cards And Event Gifting - Incentive Research Foundation)

Spenden für wohltätige Zwecke

Die Verwendung von Spenden für wohltätige Zwecke als Anreiz für die Teilnahme an einer Studie ist ein interessanter Ansatz, der sowohl den Teilnehmern als auch der Gesellschaft zugutekommen kann. Durch die Einbindung der Teilnehmer in bedeutungsvolle und wirkungsvolle Forschung können sie nicht nur zur Wissenschaft und Gesellschaft beitragen, sondern auch das Gefühl haben, einen Unterschied zu machen und zur Lösung wichtiger Fragen beizutragen.



So kann eine digitale Geschenkkartenplattform zu einem zusätzlichen Lächeln bei den Studienteilnehmern beitragen.

Geschenkkartenplattformen bieten verschiedene Tools und Dienste, die Forscher dabei unterstützen, die oben genannten Strategien anzuwenden. Wir nennen einige der großen Vorteile, die Geschenkkartenplattformen bieten können:

- **Eine breite Auswahl an digitalen Geschenkkarten:**
Forscher haben dadurch immer Zugang zu Geschenkkarten, die den Interessen ihrer spezifischen Teilnehmergruppe entsprechen, mit einer Auswahl an allen beliebten Webshops, Geschäften und Erlebnissen. Auch sogenannte Wahlkarten, bei denen der Empfänger das Guthaben auf einer oder mehreren Geschenkkarten selbst ausgeben kann, sind beliebt.
- **Ein einfacher Ausgabenprozess:**
Wenn das Einlösen einer Geschenkkarte einfach und problemlos ist, macht dies die Erfahrung für die Teilnehmer um einiges positiver. Die Geschenkkartenplattform gibt klare Anweisungen zur Einlösung der Karte und bietet Kundenservice, falls erforderlich.
- **Personalisierte Nachrichten oder Designs:**
Einige Geschenkkarten-Plattformen bieten die Möglichkeit, das Design oder die Botschaft auf einer Geschenkkarte selbst anzupassen. Forscher können davon profitieren, indem sie eine personalisierte Botschaft oder ein Design für die Teilnehmer verwenden, in denen ihre Dankbarkeit ausgedrückt wird.



- **Gamifizierung:**

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Gamifizierungstechniken anzubieten, wie z.B. Punktesysteme oder Abzeichen für das Abschließen bestimmter Aufgaben oder Meilensteine. Diese können dann gegen Geschenkkarten oder andere Belohnungen eingelöst werden. Dies macht den Forschungsprozess für die Teilnehmer viel interessanter und unterhaltsamer und entlastet die Forscher von viel Arbeit!



Zusammenfassend lässt sich sagen,

dass die Entwicklung von Belohnungsstrategien in der Forschung schnell voranschreitet und immer raffinierter wird, um den sich ändernden Bedürfnissen sowohl der Teilnehmer als auch der Forscher gerecht zu werden. Das Anregen und Halten von Teilnehmern kann ein komplexer Prozess sein, der sorgfältige Überlegungen ethischer, praktischer und logistischer Aspekte erfordert.

Es ist sehr wichtig, geeignete Belohnungsstrategien in der Forschung zu verwenden, da sie die Teilnahme und Beteiligung der Befragten erhöhen können. Dies kann zu einer höheren Rücklaufquote, zuverlässigeren Ergebnissen und einer größeren Repräsentativität der Stichprobe führen. Darüber hinaus können Belohnungen den Teilnehmern eine positive Erfahrung bieten, die sie motivieren kann, in Zukunft erneut an Forschungsprojekten teilzunehmen. Es ist jedoch unerlässlich, sicherzustellen, dass die Belohnungen der Art der Forschung angemessen sind und auf ethisch vertretbare Weise vergeben werden. Auf diese Weise kann vermieden werden, dass die Teilnehmer unter Druck gesetzt werden, an der Forschung teilzunehmen, oder dass ihre Entscheidungen durch die Belohnung beeinflusst werden.

Geschenkkartenplattformen können Forschern helfen, diese Strategien umzusetzen und somit die Bindung und Beteiligung der Befragten zu verbessern.

Bereit, bei deinen Befragten ein **zusätzliches Lächeln zu schaffen?**

Bist du nach dem Lesen dieses Whitepapers neugierig darauf, wie wir als digitale Geschenkkartenplattform bei der Umsetzung dieser Belohnungsstrategien helfen können? Und zusammen für ein zusätzliches Lächeln bei deinen Befragten sorgen können?

- Vereinbare [hier](#) einen Termin mit einem unserer Spezialisten.n.
- Oder fordere [hier](#) direkt eine Demo an.





www.yesty.nl

Yesty B.V.

Hendrik Figeeweg 1-0014
2031 BJ Haarlem (Parkplatz)

KVK: 70833346

KVK: 70790841 (Yesty Holding B.V.)

USt-IdNr.: NL858477580B01

IBAN: NL14 ABNA 0819 3195 38

Kontakt

info@yesty.nl

T: +31 23 234 02 40

M: +31 6 11 80 98 12

