



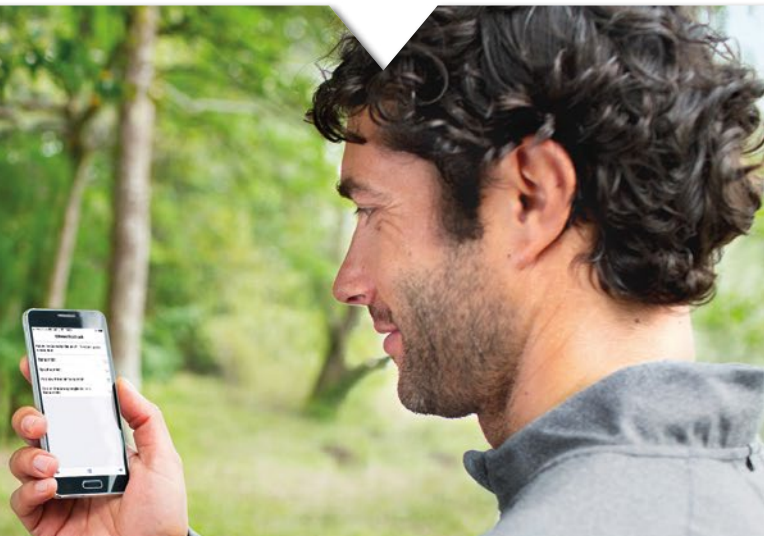
# BOSCH

mQuest  
ein Produkt von CLUETEC

## Projektsteckbrief

# Open Air Insights

## Mehrwöchige Tagebuchstudie zu Outdoor-Produktneuheit



Um Produktneuheiten vor der Markteinführung auf Herz und Nieren zu prüfen, führt die BOSCH User Experience Division regelmäßige Langzeitstudien durch. So auch zu einem kommenden Produkt im Mobilitätsbereich. Ausgestattet mit eigenen Smartphones und mQuest® Diary hatten Teilnehmer über mehrere Wochen die Aufgabe das neue Outdoor-Gerät unter realen Bedingungen zu testen. Um den „Moment of Truth“

während des Einsatzes in verschiedenen Outdoor Situationen zuverlässig festhalten zu können, war die Offline-Fähigkeit von mQuest® ein entscheidender Faktor.

Die Ergebnisse der Tagebuchstudie spiegeln die Meinungen der Zielgruppe exakt wieder und liefern wertvolle Informationen um dem Produkt den letzten Feinschliff rechtzeitig vor der Markteinführung zu geben.

Eingesetztes Produkt: mQuest® Diary

Selbstständiges Ausfüllen der Fragebögen auf eigener Hardware der Probanden

Regelmäßige Updates der Fragebögen während der Studie

Einsatz von Push-Notifications zur Erinnerung an Updates und Aufgaben

Unabhängig von W-LAN oder Mobilfunk dank Offline-Funktionalität

Tagesaktueller Upload der Ergebnisse

## Leistungen



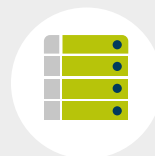
Bereitstellung der Software



Unterstützung bei der Fragebogen-Umsetzung



Support



Hosting



Zuverlässig und performant. So lässt sich unser Eindruck zu mQuest® am besten zusammenfassen. Dank der Offline-Funktionalität und der intuitiven Handhabung bei Tagebuchstudien konnte der Produkttest reibungslos durchgeführt werden.

Weitere Informationen zum Kunden:  
[www.bosch.de](http://www.bosch.de)



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