

Produktforschung
> Produkttests

Produktforschung

> Produkttests

» Wussten Sie,

dass es eine deutliche Abweichung zwischen Kaufabsicht und späterem Verhalten gibt? Es werden beispielsweise mehr Autos von Personen gekauft, die in einer Befragung angeben, keines kaufen zu wollen, als von Personen, die eine feste Kaufabsicht bekunden. Daher ist es wichtig, Befragungsergebnisse auf Basis bekannter Zusammenhänge zu adjustieren und mit Benchmarks zu vergleichen. «

Das Ziel heißt Optimierung.

Wenn Sie neue Produkte einführen oder Ihr Angebot-Portfolio relaunchen oder strukturieren, verfolgen Sie zwei Ziele: Die Optimierung von Absatzchancen und Deckungsbeiträgen. Eine ausführliche Evaluation gibt Ihnen bereits im Vorfeld einen genauen Aufschluss darüber, in welchem Maße Sie diese Ziele erreichen können.

Marktorientierte Produktentwicklung

Damit Konzepte und Produkte nicht „am Markt vorbei“ entwickelt werden, lohnt es sich die Sichtweisen und Reaktionen zukünftiger Kunden früh einzufangen. So lassen sich nicht nur Potenziale schätzen, sondern auch die Produktausgestaltung unterstützen – für Dienstleistungsprodukte ebenso wie für Waren.

Verstehen, untersuchen, bewerten

Mit »NLR product evaluator« bieten wir Ihnen einen modularen Testansatz für die Produktevaluation. Gemeinsam mit Ihnen wählen wir die für Ihre Fragestellung passenden Module aus. Dabei denken wir uns individuell in Ihr Produkt und Vorhaben ein – denn schließlich kann man nur angemessen untersuchen, was man auch versteht!

Klassische Skalen

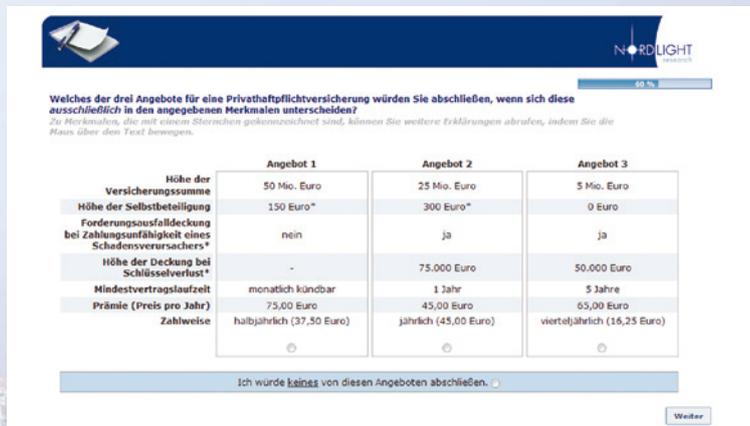
Die Schlüssel für den Vergleich konkurrierender Produktideen und Benchmarking: Kaufabsichten, Key-Performance-Indikatoren, Likes / Dislikes, Kaufargumente.

Pricing

Unsere Preisforschung gibt Ihnen Aufschluss darüber, welcher Preis Ihre Ziele am besten erfüllt und mit Ihrer Produkt- und Markenstrategie im Einklang steht.

Conjoint-Analysen

Unser Steckenpferd! Mit unserer für die Praxis entwickelten Befragungs- und Analyse-Software untersuchen wir die Präferenzen Ihrer Zielgruppe. Die Simulation verschiedener Marktmodelle ermöglicht, Kosten-Nutzen einzelner Produktmerkmale valide einzuschätzen.



Welches der drei Angebote für eine Privathaftpflichtversicherung würden Sie abschließen, wenn sich diese ausschließlich in den angegebenen Merkmalen unterscheiden?

Zu Merkmalen, die mit einem Sternchen gekennzeichnet sind, können Sie weitere Erklärungen abrufen, indem Sie die Maus über den Text bewegen.

	Angebot 1	Angebot 2	Angebot 3
Höhe der Versicherungssumme	50 Mio. Euro	25 Mio. Euro	5 Mio. Euro
Höhe der Selbstbeteiligung	150 Euro*	300 Euro*	0 Euro
Forderungsausfalldeckung bei Zahlungsfähigkeit eines Schadensverursachers*	nein	ja	ja
Höhe der Deckung bei Schlüsselverlust*	-	75.000 Euro	50.000 Euro
Mindestvertragslaufzeit	monatlich kündbar	1 Jahr	5 Jahre
Prämie (Preis pro Jahr)	75,00 Euro	45,00 Euro	65,00 Euro
Zahlweise	halbjährlich (37,50 Euro)	jährlich (45,00 Euro)	vierteljährlich (16,25 Euro)

Ich würde **keines** von diesen Angeboten abschließen.

Weiter

Home-Use-Tests

Sie haben bereits Produkt-Prototypen, die sie in der Alltagssituation begutachten möchten? Wir rekrutieren geeignete Testkunden und befragen sie zu ihren Erlebnissen.



Konzepttest

Ihr Produkt existiert bis dato nur auf dem Papier? Kein Problem – Ihre Verbalkonzepte untersuchen wir qualitativ oder quantitativ und begleiten Sie passend zum Entwicklungsstand.



Elb 21 | 40721 Hilden | Deutschland | T+49 2103 25819 - 0
www.nordlight-research.com | info@nordlight-research.com