

**SKOPOS
Car Clinic**



Der erste Eindruck zählt!

Binden Sie Ihre Zielgruppe früh in den Entwicklungsprozess mit ein!



Gesamteindruck vom Fahrzeug

- Äußere Formgebung, Optik
- Innenraumgestaltung, Haptik/Optik



Produktbewertung im Detail

- Technische Details, Bedienkonzepte, HMI
- Fahrverhalten, Erleben des Produkts



Verwendung/Nutzen/Preis

- Definition und Abgleich mit Wettbewerb
- Gebrauchsnutzen, Preisgestaltung

Was ist eine Car Clinic?

- Eine Car Clinic ist eine Spezialform des Produkttests in der Automobilmarktforschung
- Es handelt sich um eine experimentelle Untersuchung, bei der die anvisierte Zielgruppe das Fahrzeug (oder mehrere Fahrzeuge vergleichend) gebraucht/benutzt/bedient
- Anschließend wird nach der subjektiven Wahrnehmungen und Beurteilung bezüglich der getesteten Fahrzeuge gefragt

Mögliche Ziele

- Permanente Entwicklungsunterstützung/-begleitung
- Evaluation der Kunden-/Nutzerakzeptanz
- Gewinnung von Erkenntnissen über die genaue Positionierung am Markt
- Stärken/Schwächen-Analyse des eigenen Produkts
- Stärken/Schwächen-Analyse der Konkurrenzprodukte
- Evaluation von Bedienproblemen, die erst nach der Markteinführung zu Tage treten
- Abgleich von Anspruch und Wirklichkeit:
 - Kommt das Produkt so beim Kunden an, wie es beabsichtigt ist?
 - Benchmark mit Wettbewerbern: Was hat mein Produkt, was andere nicht haben?
 - Bzw.: Was haben die anderen, was unser Produkt nicht hat?

Versuchsträger

- Fahrzeuge in den unterschiedlichsten Entwicklungsstadien, vom ersten Tonmodell über den fahrbereiten Prototypen - ob straßenzugelassen oder nicht - bis hin zum marktreifen Fahrzeug

Experimentelle Untersuchung

- Im Gegensatz zum Feldexperiment, das in der natürlichen Umgebung des jeweiligen Befragten stattfindet (Bsp.: Befragung von Endkunden am POS), werden bei Car Clinics die Rahmenbedingungen möglichst konstant bzw. „klinisch“ gehalten
- Damit wird sichergestellt, dass alle Befragten dem selben Stimulusmaterial ausgesetzt sind

Je nach Erkenntnisfokus wird die Vorgehensweise ausgewählt

- Statische Car Clinic (Hallentest)
- Dynamische Car Clinic (Fahrversuche)

Erhebungsformen

- Mischform quantitativer und qualitativer Befragung
- (Vorher-/ Nachherbefragung, sowie Befragung während des Versuchs)

Wie setzt man die gewonnen Erkenntnisse um?

- Absicherung gegen Fehlentwicklung und somit Fehlinvestitionen
- Erste Absatzprognosen
- USP aus Sicht der Kunden
- Erkenntnisse zum Zielgruppen-Fit helfen bei der Planung der Marketingmaßnahmen und Kommunikationsplanung
- Preisbereitschaft des Kunden wird transparenter
- Zusammensetzung der Ausstattungspakete und -varianten
- Hilfe bei der Planung zukünftiger Technologien (Einsatz von Fahrerassistenzsystemen)
- Feedback zu Usability-Aspekten: Gestaltung des HMI

Car Clinic unterstützt in allen Phasen der Entwicklung



Ziel (je nach Entwicklungsstufe)

- Bewertung von künftigen Fahrzeugen im Hinblick auf Design, Karosserievarianten, Innenraum, Ausstattungsfeatures, Preisbereitschaft, Nutzerakzeptanz, Kaufbereitschaft o.ä.

Ablauf

- Bewertung von künftigen Fahrzeugen im Hinblick auf Design, Karosserievarianten, Innenraum, Ausstattungsfeatures, Preisbereitschaft, Nutzerakzeptanz, Kaufbereitschaft o.ä.
- Rekrutierung zielgruppengerechter Probanden
- Präsentation des Prototypen in einer Messe- oder Lagerhalle unter Ausschluss äußerer Einflüsse (ggf. im Umfeld der Wettbewerber-Fahrzeuge)
- Heranführen der Probanden an die Fahrzeuge
- Quantitative Fragebögen zu jedem Fahrzeug
- Befragung der Probanden durch Versuchsleiter im Fahrzeug (stark qualitativ)

Ziel (je nach Entwicklungsstufe)

- Gewinnung von Erkenntnissen zum Systemverständnis, HMI-Gestaltung, generelle Bedienbarkeit, Preisbereitschaft, Nutzerakzeptanz, Kaufbereitschaft, bevorzugte Technologie (visuelle vs. akustische Warnung), u.v.m.

Ablauf

- Rekrutierung zielgruppengerechter Probanden (z.B. Fahrer obere Mittelklasse/Oberklasse)
- Organisation eines geeigneten Versuchsgeländes
- Entwicklung von Szenarien (verschiedene Einpark-Schwierigkeiten)
- Quantitativer Vorher-Fragebogen
- Durchführung von Fahrversuchen mit dem Versuchsträgerfahrzeug in den verschiedenen Szenarien (entweder auf abgesperrten Teststrecken oder im abgesicherten öffentlichen Verkehrsraum)
- Befragung während der Fahrversuche durch Versuchsleiter im Fahrzeug (stark qualitativ)
- Quantitativer Nachher-Fragebogen
- Aufzeichnung (Audio und Video) des gesamten Versuchs

Hintergrund

- Je nach Aufgabenstellung und Entwicklungsstadium bestehen unterschiedliche Anforderungen an den Veranstaltungsort: Prototyp ohne Straßenzulassung vs. seriennahes Fahrzeug.
- SKOPOS verfügt über Erfahrung in der Abwicklung von Fahrversuchen im öffentlichen Straßenverkehr, als auch auf abgesperrten Test-/Rennstrecken

Infrastruktur / Leistungen

- SKOPOS übernimmt die Auswahl und Organisation eines geeigneten Testgeländes und der benötigten Ausstattung (Technik/Räumlichkeiten)
- SKOPOS klärt mit dem Auftraggeber alle versicherungstechnischen Formalitäten
- SKOPOS betreut die rekrutierten Probanden, auf Wunsch wird aufwendiges Catering/Eventmanagement organisiert

SKOPOS

Institut für Markt- und
Kommunikationsforschung GmbH & Co. KG
Hans- Böckler- Straße 163
50354 Hürth
Phone: +49 (0) 2233 9988-880
Fax: +49 (0) 2233 9988-111
mail@skopos.de
www.skopos.de



Follow us on

