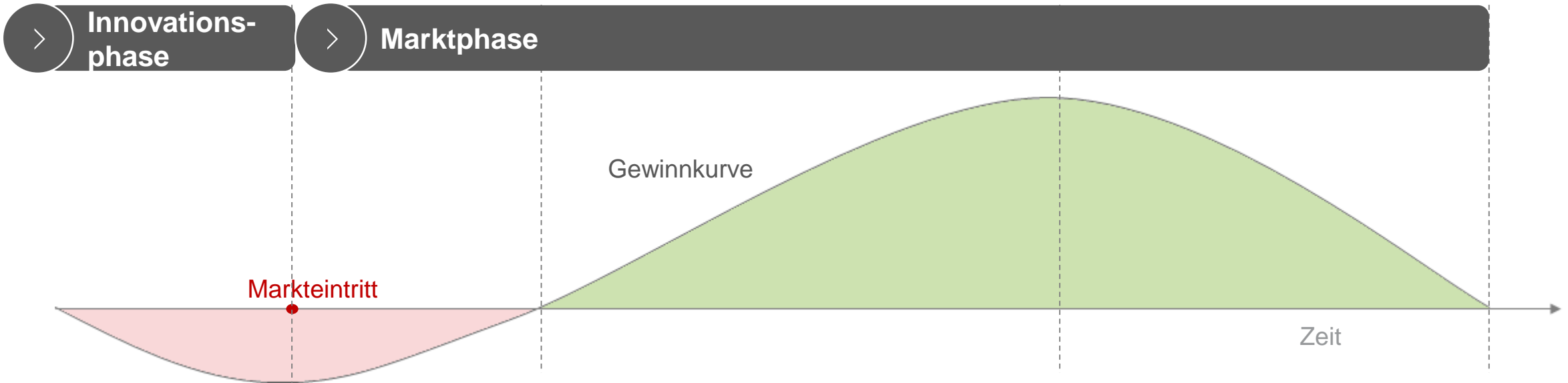




**Wie Sie das wahre Potenzial Ihrer Ideen entfesseln können.**

**Konzepttests bieten bereits in einem frühen Stadium die Möglichkeit, Produkte in die richtige Richtung zu entwickeln und Prognosen zu Erfolg oder Misserfolg anzustellen.**



### > Vorteile des Konzepttests

- Informationen für eine Prognose des Markterfolges/-misserfolges in frühem, wenig kostenintensivem Stadium der Entwicklung von Produkten, Claims, Logos usw. (vor der Markteinführung)
- Erkenntnisse darüber, welche Teilaspekte des Konzeptes für den Verbraucher interessant bzw. uninteressant sind
- Sammlung weiterer Ideen und Anregungen durch die Modifikationen der Untersuchungsteilnehmer

**Verhindern Sie Entwicklungsfehler und verringern Sie das Flop-Risiko Ihres Produkts: In der Konzeptentwicklung gehört die Marktforschung dazu.**



## Eigenschaften

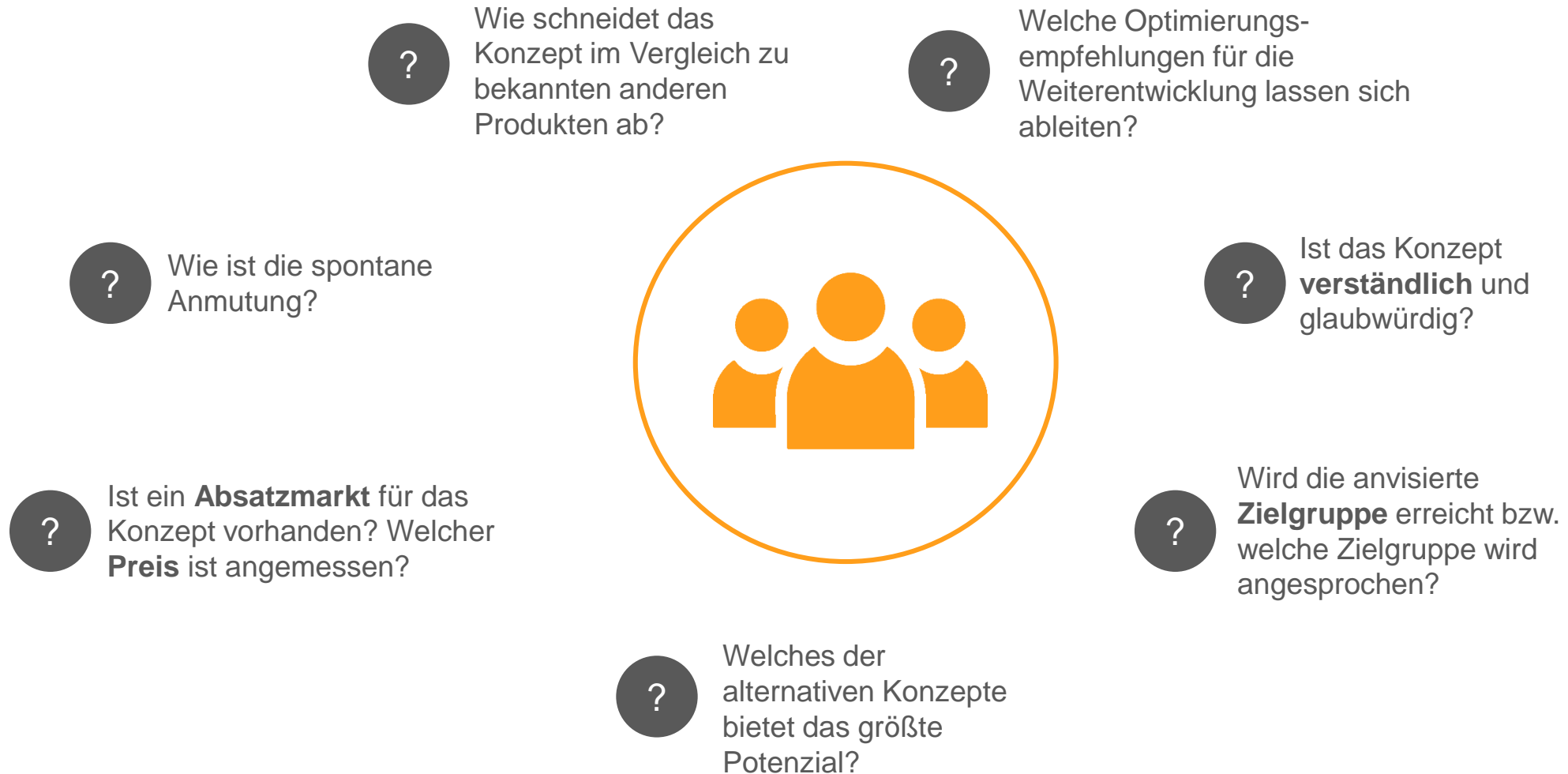
- Frühwarnsystem für die Entwicklung
- Neue Konzepte und Ideen werden von potenziellen Kunden beurteilt
- Beurteilung erfolgt auf Grundlage der Vorstellung, die sich der Kunde vom Produkt macht und nicht auf Grundlage des fertigen Produkts
- Erkenntnisse darüber, welche Teilaspekte des Konzeptes für den Verbraucher interessant bzw. uninteressant sind
- Sammlung weiterer Ideen und Optimierungsmöglichkeiten
- Produktspezifische und standardisierte Abfrage von definierten Beurteilungsdimensionen zur Berechnung von Erfolgsmodellen auf Basis von Benchmarks



## Unterschiedliche Arten von Konzepten

- Verbalkonzepte
- Moodboards
- Scribblings/Dummies
- (Nahezu) fertige Produkte

## Es gibt zahlreiche Gründe, warum Sie mit einem ersten Konzept auf Ihre Kunden zugehen sollten.



**Konzepte können – in Abhängigkeit der Fragestellung – sowohl qualitativ als auch quantitativ bewertet werden. Die richtige Mischung ist wichtig.**



In einer frühen Phase, wenn es noch stark um die grundsätzliche Ausgestaltung geht, sollten Sie einen qualitativen Konzepttest wählen.



Mit quantitativen Methoden erreichen Sie viele Teilnehmer. Sie erhalten belastbare Prognosen zum Erfolg Ihres Konzepts.





**Haben wir Ihr Interesse geweckt?  
Bei Fragen kontaktieren Sie uns gerne.**

SKOPOS GmbH & Co. KG

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

[info@skopos.de](mailto:info@skopos.de)

+49 (0) 2233 9988 0