

SKOPOS
Produktforschung



Wussten Sie, dass 70% aller neu eingeführten Produkte nach Einführung im Handel floppen?

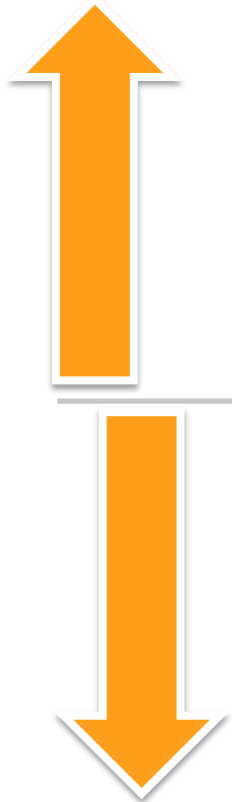


Damit Ihr Produkt ein Erfolg wird, müssen frühzeitig die richtigen Fragen gestellt werden.

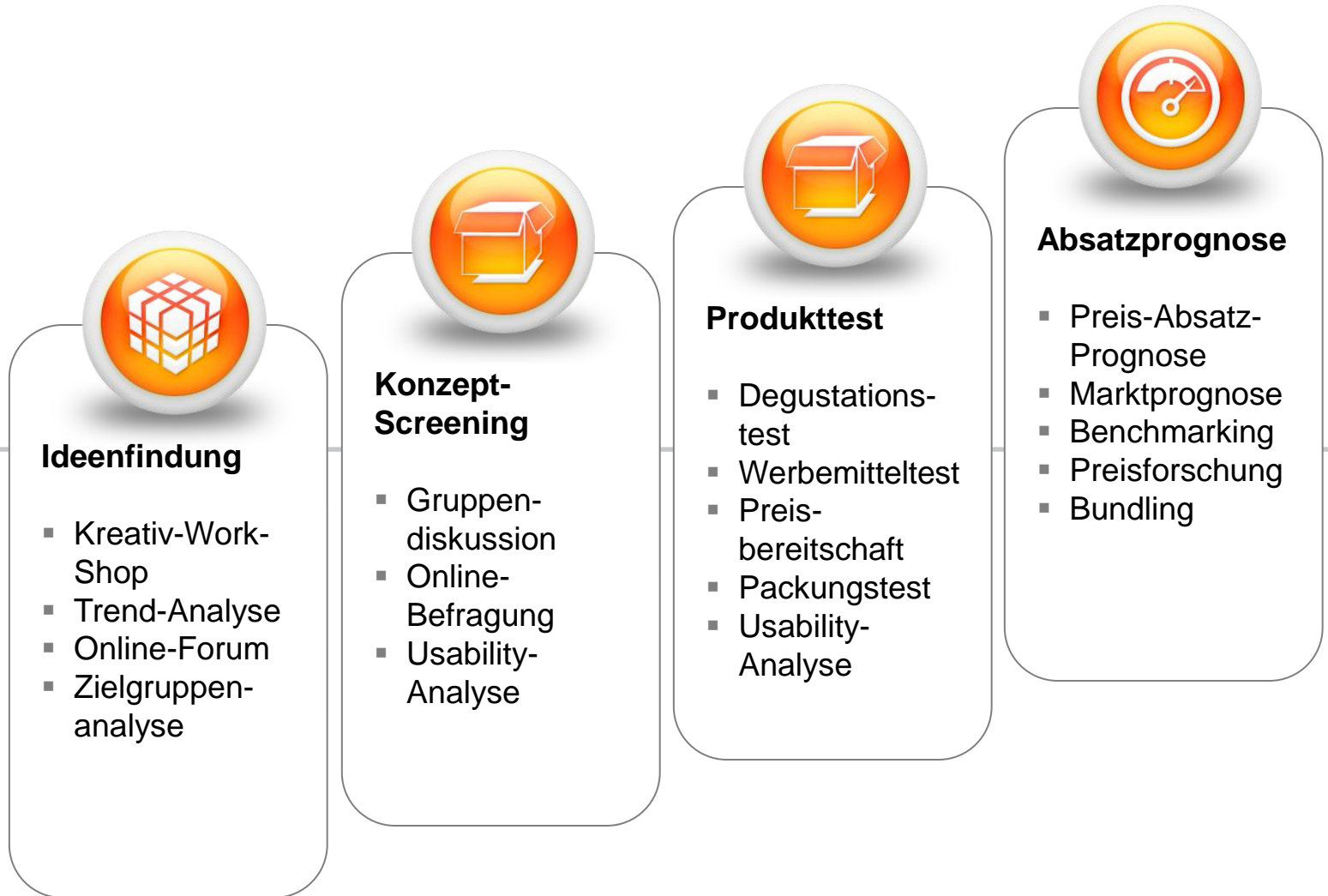
- Hat das neue Produkt überhaupt eine Chance auf dem Markt?
- Welche vergleichbaren Produkte gibt es und was ist daran ansprechend?
- Gibt es für das neue Produkt überhaupt Interessenten, wer sind diese und wie müssen sie angesprochen werden?
- Was müsste man verändern, um Marktpotenzial zu generieren bzw. vorhandenes optimal auszuschöpfen?
- Welchen Absatz kann man bei der Markteinführung oder bei Veränderung bestimmter Produkteigenschaften oder des Preises am Markt erzielen?
- Wie ändert sich der Marktanteil des Produktes?
- Was erwarten Ihre Kunden von Ihnen?

Der gesamte Entwicklungsprozess Ihres Produkts kann durch SKOPOS begleitet werden – von der charmanten Idee bis zur taktischen Preisfindung.

Quantitative Erhebung



Qualitative Erhebung



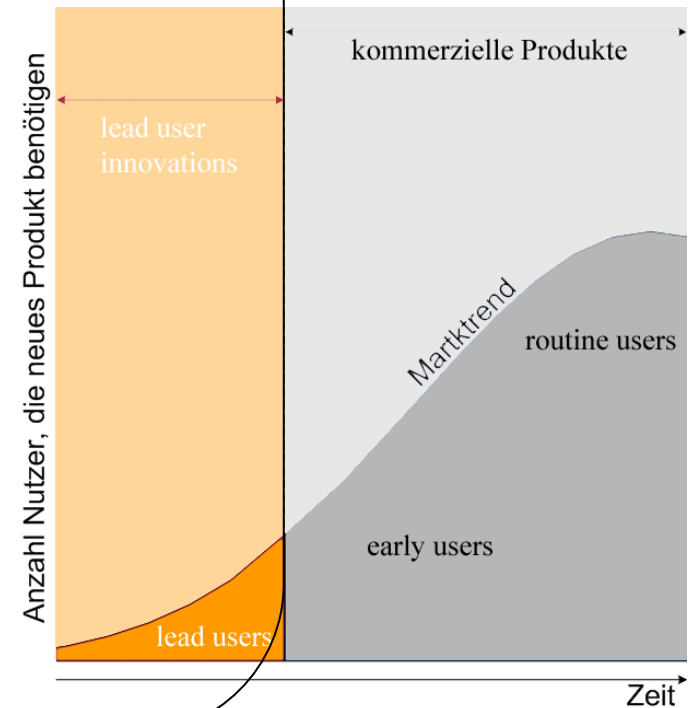
Ideenfindung beginnt mit den ersten Nutzern. Und manchmal sogar noch davor. Wichtig ist die Erfassung der richtigen Bedürfnisse.



User können das Produkt in der Regel unbefangener in Bezug auf die Nutzung beurteilen. Bei Einbindung der User in den 1. Schritt, die Ideengenerierung, können Wettbewerbsvorteile geschaffen und Produktionskosten gesenkt werden („*search is cheaper than research*“).

Wir prüfen:

- **Bedürfnisse und Bewertung**
- **Ideen und Analogietransfer**
- **Entwicklung und Präsentation**



Sie finden raus, wie ihr Produkt wahrgenommen, genutzt und bewertet wird – auf allen Dimensionen.



Design/Gestaltung
(z. B. bei Verpackungen)



Geschmack (Degustations-
test; z. B. von Lebensmitteln)



Produktkonzepte (v.a. in
einem früheren Stadium
der Produktentwicklung)



Gebrauchstauglichkeit
(z. B. technische Geräte)



Anwendung (z. B.
Körperpflege-Produkte)



Preisakzeptanz

Für einen prozessbegleitenden Produkttest empfehlen wir zum Beispiel die folgenden vier Schritte.



In-Home Produkttest

- Test über einen längeren Zeitraum
- Gewohnte Umgebung, individuelle Verwendung
- Umgehung soz. Akzeptanz



Online Konzepttest

- Konzeptionelle und grafische Beurteilung ausreichend
- Nutzung von Sketchpad-Möglichkeiten
- Enger Kosten- und Zeitrahmen



In-Depth-Interviews

- Verhaltensbeobachtung und Einsatz erfahrener Moderatoren
- Sowohl für explorative als auch für standardisierte Fragestellungen



Gruppen- diskussionen

- Kreativ-Workshop
- Trend-Analyse
- Zielgruppenanalyse
- Konzept-erarbeitung

SKOPOS

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



Follow us on

