

PbS Concept



Produktphilosophie

Konzept- und Produkttests stellen ein Instrument zur **Optimierung von Produkten/Produktkonzepten** und damit zur Verbesserung der Marktchancen dar.

PbS Concept deckt dabei alle Funktionen im **Marketingmix** (Produkt, Usability, Preis, Verpackung etc.) und das gesamte Methodenportfolio ab – das individuelle Tool-Kit und der Methodenmix werden stets der spezifischen Themenstellung des Auftraggebers, dem Produktfeld und der Markt-/Wettbewerbssituation angepasst.

PbS Concept kombiniert qualitative und quantitative Forschungs- und Beratungsansätze und gibt damit **ganzheitliche Empfehlungen** zur Optimierung des Produkteinführungsprozesses.

Konzepttest

Die Kernfrage: Wie kann ich die Akzeptanz meiner Marken, Produkte oder Dienstleistungen noch vor der Marktreife erhöhen?

- Wie verbessere ich mein Konzept oder mein Produkt?
- Gibt es einen Absatzmarkt für meine Marke, mein Produkt oder meine Dienstleistung?
- Wo kann ich Kosten sparen?

Produkttest

Die Kernfragen: Warum verliert mein Produkt Marktanteile? Wie wird das Produkt - als vielschichtiges Gebilde - im Kontext des Wettbewerbsumfeldes wahrgenommen?

- Wie ist die Resonanz auf mein Produkt?
- Wie wird mein Produkt im Vergleich zu anderen Produkten wahrgenommen?
- Weist mein Produkt alle gewünschten Eigenschaften auf?
- Ist das Preis-Leistungsverhältnis angemessen?

Testmethoden

Abgestimmt auf Produkt und Zielsetzung arbeiten wir mit fundierten Marktforschungsinstrumenten. Falls das zu testende Produkt oder Produktkonzept es erfordert, setzen wir einen Methodenmix ein.

Gruppendiskussion

Fokusgruppen

- Gruppendiskussionen (8-10 Teilnehmer)
- Kompakte und zielorientierte Auseinandersetzung mit dem Untersuchungsthema

Small Groups

- Gruppendiskussionen (4-6 Teilnehmer)
- Tiefergehende Auseinandersetzung mit dem Untersuchungsthema
- Biografische und lebensweltliche Aspekte der Teilnehmer können stärker berücksichtigt, der individuelle Erfahrungshintergrund kann besser ausgelotet werden

Kreativ-Workshops

- Ziel ist die Entwicklung und Ableitung neuer Ideen für Produkte und Marken
- Dauer: Von 3-stündigen Workshops bis zu ganztägigen „Werkstätten“
- Einbeziehung von Kreativ-Techniken
- Verbale und nonverbale Ausdrucksformen
- Spielerische und kreative Auseinandersetzung
- Mix aus Gruppen-, Kleingruppen- und Einzelarbeit
- Gruppen mit Lead Usern oder Early Adopters, mit Kreativen oder „Szene-Leuten“

Einzel-Interviews / Studio Test

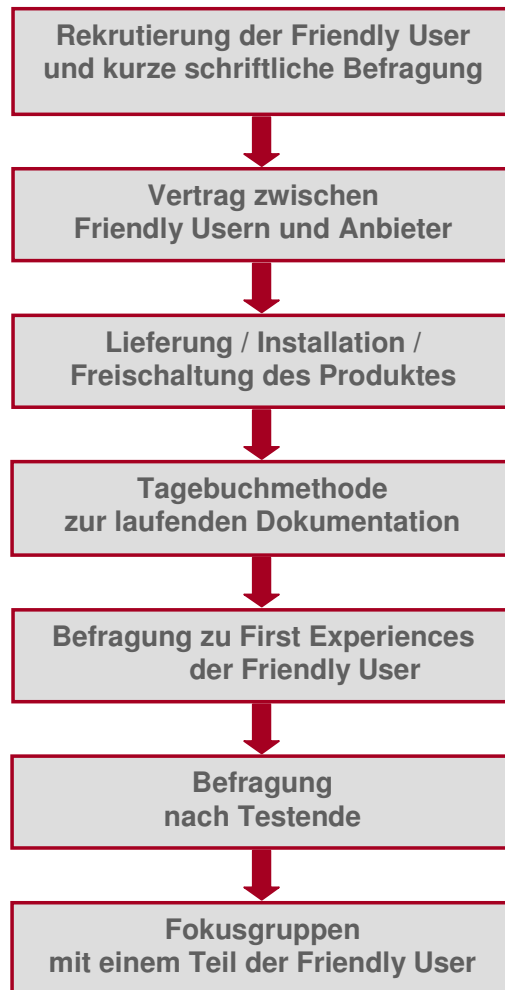
Diese Methoden setzen wir ein, wenn keine Gruppendynamik oder Diskussion gewünscht wird, die Einzelmeinung im Vordergrund steht, Usability getestet werden soll, sensible Themen angesprochen werden oder für das Abtesten von Pricing.

Wir kombinieren diese Methode mit Fokusgruppen, wenn eine Diskussion zusätzliche Erkenntnisse erwarten lässt.

Friendly User Test

Vor dem Produktlaunch werden Produkte über einen gewissen Zeitraum von Personen getestet – i.d.R. zu Hause oder im Büro- und marktforscherisch in allen Phasen durch Befragungen oder Fokusgruppen begleitet. Dies ermöglicht einen realitätsnahen Alltagstest und zeigt Stärken und Schwächen auf.

Exemplarischer Ablauf



Das Ergebnis

Mit PbS Concept lassen sich Entwicklungsfehler vermeiden, das Flop-Risiko verringern und Kosten einsparen.

Bei PbS Concept erfolgt eine Validierung qualitativer Ergebnisse durch quantitative Folgeuntersuchungen.

Die Ergebnisdarstellung von PbS Concept geht über eine reine „Go“/„No Go“-Aussage hinaus. Vielmehr zeigen wir Optimierungspotenziale bezüglich Positionierung, Kanibalisierungsgefahren, USP-Entwicklung, Zielgruppenpassung, Kommunikations- oder Vertriebskonzeption auf.



Marktanalyse & Beratung

PbS AG
Infanteriestraße 19 Haus 4a
D-80797 München

tel + 49 - 89 - 30 65 82 - 0
fax + 49 - 89 - 30 65 82 - 101
mail pbs@pbs-ag.de
web www.pbs-ag.de