



IC Power-Pricing

Preisoptimierung durch
Analyse des Kundennutzens

Der Nutzen des IC Pricing Tools



Simulation der Auswirkung von **Preisänderungen** auf den eigenen **Marktanteil**



Aufschluss darüber, wie viel die **Kunden bereit sind** für einzelne **Produktmerkmale** zu bezahlen



Neue Produkte können vor der Markteinführung **abgetestet** werden



Sie finden den **optimalen Preis** für Ihr Produkt



Es basiert auf der **validesten Methode** um **Preis-Absatz-Funktionen** zu ermitteln



Es liefert wichtigen **Input für das Marketing** (z.B. für Werbestrategien) wenn **Zielgruppenauswertungen** gemacht werden



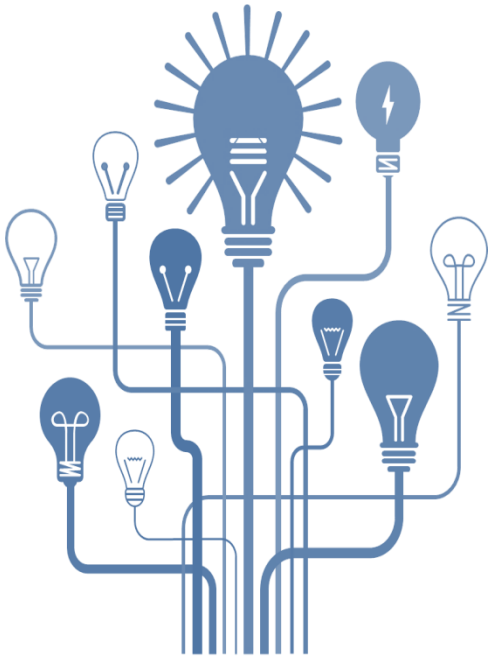
Sie haben einen **Wettbewerbsvorteil** gegenüber Konkurrenten, da Sie durch die Analyse **verstehen** wie **Kunden** auf Preis- und Produktänderungen **reagieren**

Was macht die Methode so besonders?

Klassische Preiserhebungen laufen häufig mittels direkten Fragen ab:



PROBLEM: Es wird kaum zu sinnvollen Ergebnissen kommen



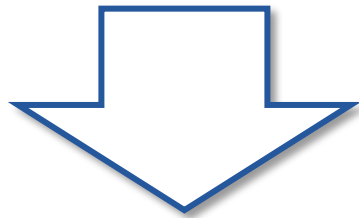
- Direkte Befragung nach Preisen oder Preisbereitschaft ergeben keine sinnvolle Antwort.
- Man setzt voraus, dass der Befragte sowohl über sämtliche Produktvorteile als auch die Preise am Markt informiert ist.
- Der Konsument hätte gerne alles Extras und möchte dafür nicht zahlen.
- Einige bemerken die Idee des Auftraggebers und geben taktische Antworten.
- Das tatsächliche Verhalten hat dann mit der Befragung schon gar nichts zu tun.

LÖSUNG : Preis-Simulations Verfahren (Conjoint Analyse)



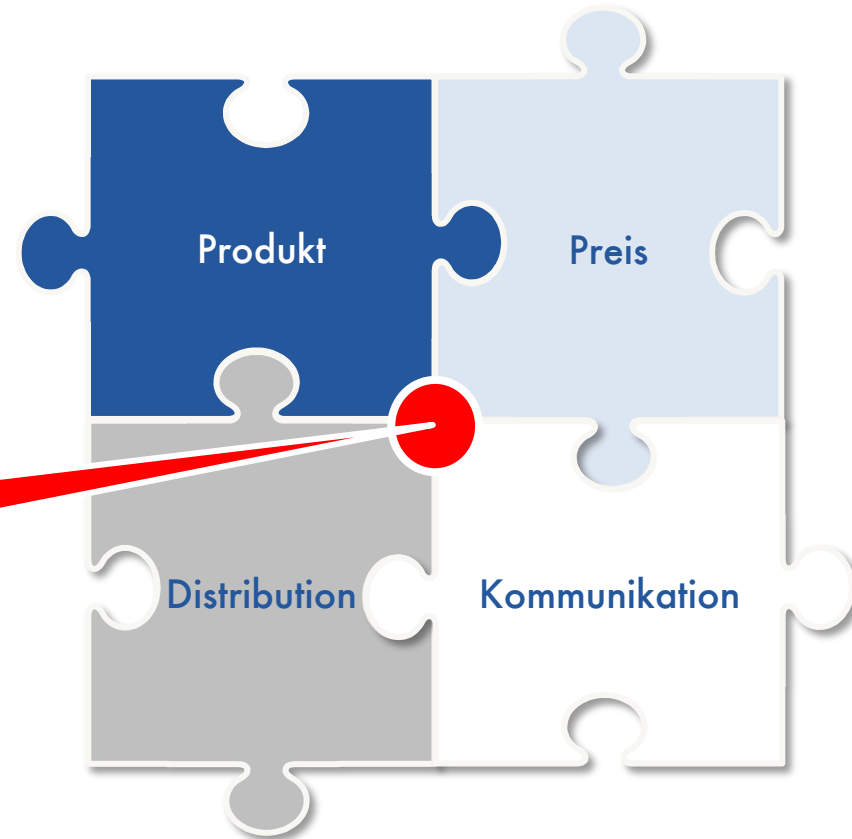
Wofür bezahlt der Kunde – Bewertung des Produktes als Ganzes

- Kunden bewerten Produkte als Ganzes und nicht nur einzelne, diffuse Produkteigenschaften
- in die Produktwahrnehmung spielt nicht nur das Produkt an sich sondern sämtliche Maßnahmen im Rahmen des Marketing-Mix mit ein



wahrgenommener
Kundennutzen

- Daher darf der Preis niemals isoliert betrachtet werden
- Konsistenz im Marketing-Mix ist erforderlich



Befragung anhand der Darstellung einer tatsächlichen Kaufentscheidungssituation

Überlegene Methode, da die Befragten Kaufentscheidungen anhand mehrerer Produktvergleiche treffen müssen.

Abfrage von kompletten
Produkt-Bundles

Der Befragte bewertet
die Produkte als Ganzes
und nicht nur einzelne
Eigenschaften.

Für welchen LCD-TV würden Sie sich entscheiden?

SONY



27 Screen Size
WXGA
3000:1 Contrast
€ 899,-

TOSHIBA



32 Screen Size
WXGA
1000:1 Contrast
€ 699,-

Panasonic



41 Screen Size
WXGA
4500:1 Contrast
€ 799,-

keinen

Analyse der Preisbereitschaft für einzelne Produktfeatures

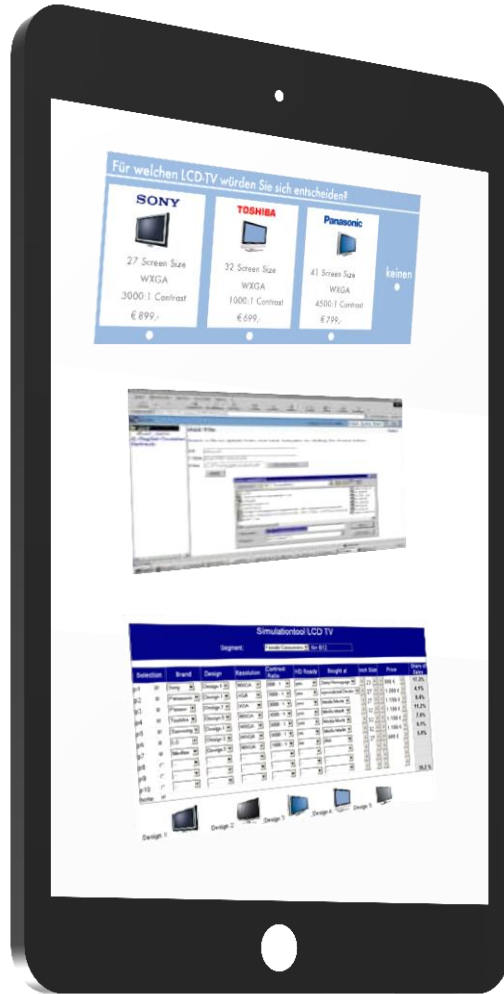
Die Methodik ermöglicht es die Preisbereitschaft nicht nur nach Marken sondern auch nach einzelnen Produktfeatures zu analysieren.

Letztendlich kann ermittelt werden, wieviel der Kunde bereit bin mehr zu bezahlen für einzelne Marken, als auch Produktausstattungen.

Ableitung der Preis-Absatzfunktion zur Bestimmung des gewinnoptimalen Preises

Valideste Methode zur Ermittlung der Preis-Absatz-Funktionen die es ermöglicht gewinnmaximierende Preise entsprechend der Wettbewerbssituation festzulegen

Von der Erhebung zum Simulations-Tool

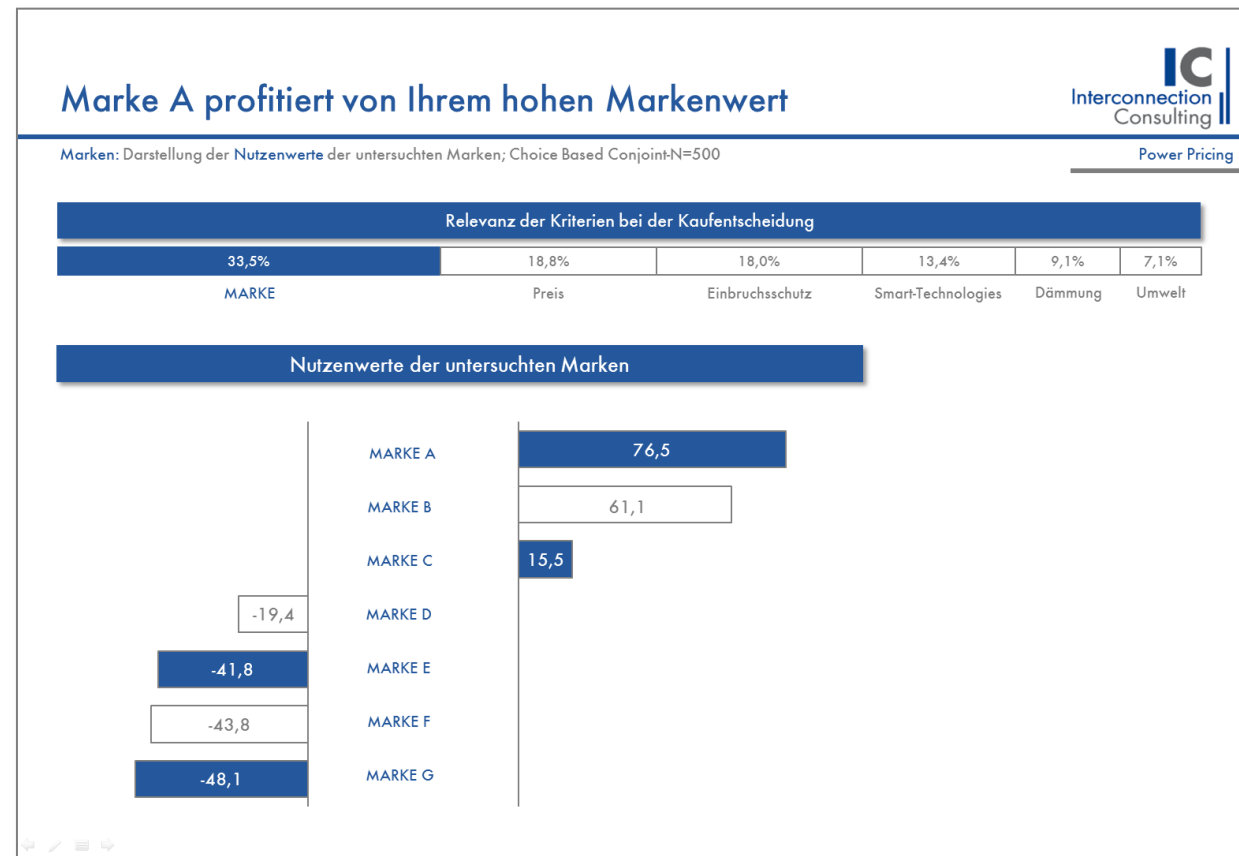


1 Online - Befragung

2 Errechnung der Nutzenwerte einzelner Produkt/Service Features

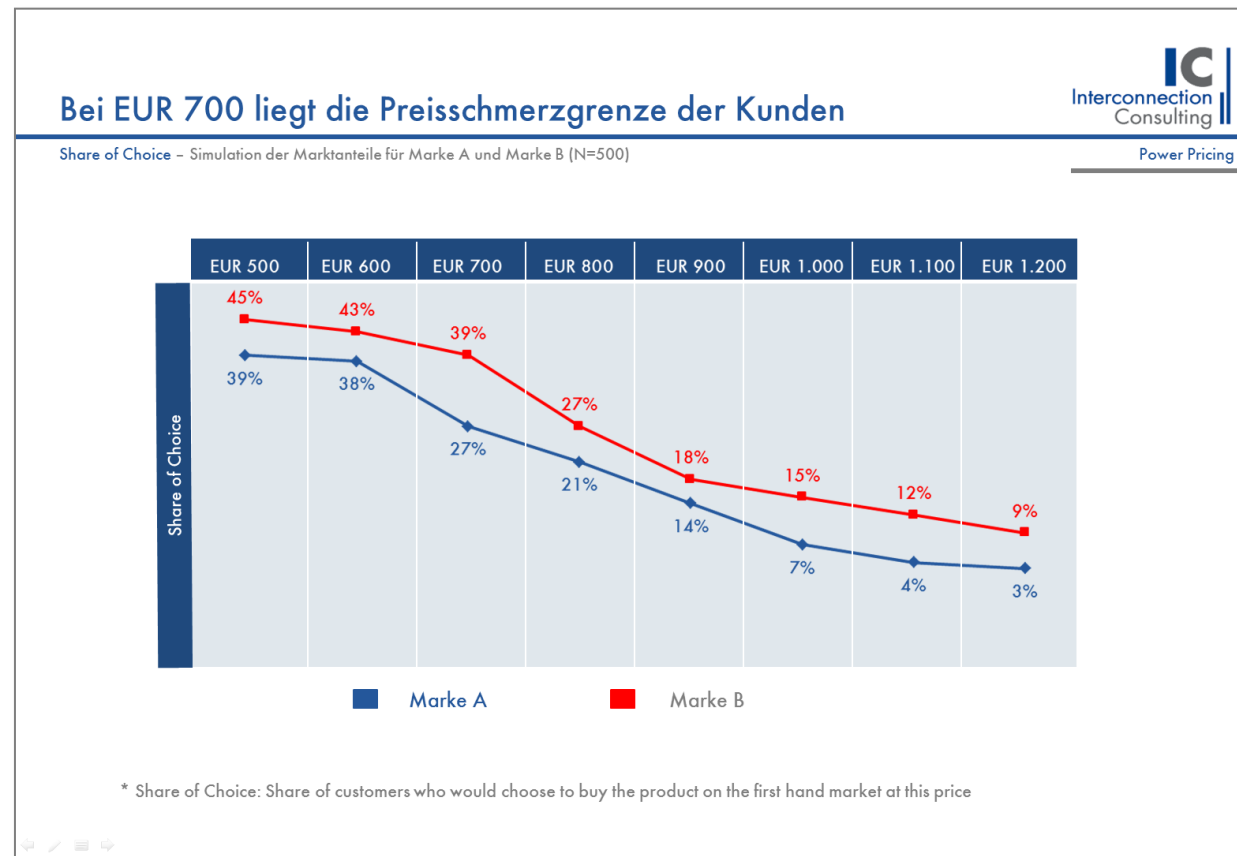
3 Simulation der Auswirkungen des Preises auf das Wahlverhalten der Kunden

- Analyse des Einflusses relevanter Produkteigenschaften auf die letztendliche Kaufentscheidung.
- Segmentierung der Konsumenten hinsichtlich der Bedeutung einzelner Entscheidungsfaktoren.
- Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen.



Ab welcher Preisgrenze entscheidet man sich für die Konkurrenz?

- Analyse der Preis-Absatz-Funktion anhand der Share-of-Choice, dh. dem Anteil der Konsumenten die zu diesem Preis das Produkt gewählt hätten.
- Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen.



Simulieren Sie die Wettbewerbssituation zu bestimmten Preisen

- Simulations-Tool zur Analyse der Marktverhältnisse die sich zu bestimmten Produkt-Preis Mixes der eigenen Produkten und jener der Konkurrenz ergeben.
- Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen.

IC
Interconnection
Consulting

Simulationtool LCD TV										
Segment: Female Consumers N= 612										
Selection	Brand	Design	Resolution	Contrast Ratio	HD Ready	Bought at	Inch Size	Price	Share of Sales	
p1	☒ Sony	Design 1	WXGA	600 : 1	yes	Sony Homepage	< 23 >	< 999 € >	17,2%	
p2	☒ Panasonic	Design 1	XGA	1000 : 1	yes	specialized Dealer	< 27 >	< 1.099 € >	4,1%	
p3	☒ Pioneer	Design 2	XGA	3000 : 1	yes	Media Markt	< 27 >	< 1.199 € >	9,4%	
p4	☒ Toshiba	Design 3	WXGA	4500 : 1	yes	Media Markt	< 32 >	< 1.199 € >	11,2%	
p5	☒ Samsung	Design 1	WXGA	3000 : 1	yes	Media Markt	< 32 >	< 1.199 € >	7,8%	
p6	☒ LG	Design 3	WXGA	3000 : 1	no	Media Markt	< 32 >	< 1.199 € >	6,1%	
p7	☒ Medion	Design 2	WXGA	1000 : 1	no	Aldi	< 27 >	< 999 € >	5,0%	
p8	☐ --	--	--	--	--	--	< >	< >	>	
p9	☐ --	--	--	--	--	--	< >	< >	>	
p10	☐ --	--	--	--	--	--	< >	< >	>	
none	☒								39,2 %	

Design 1: 

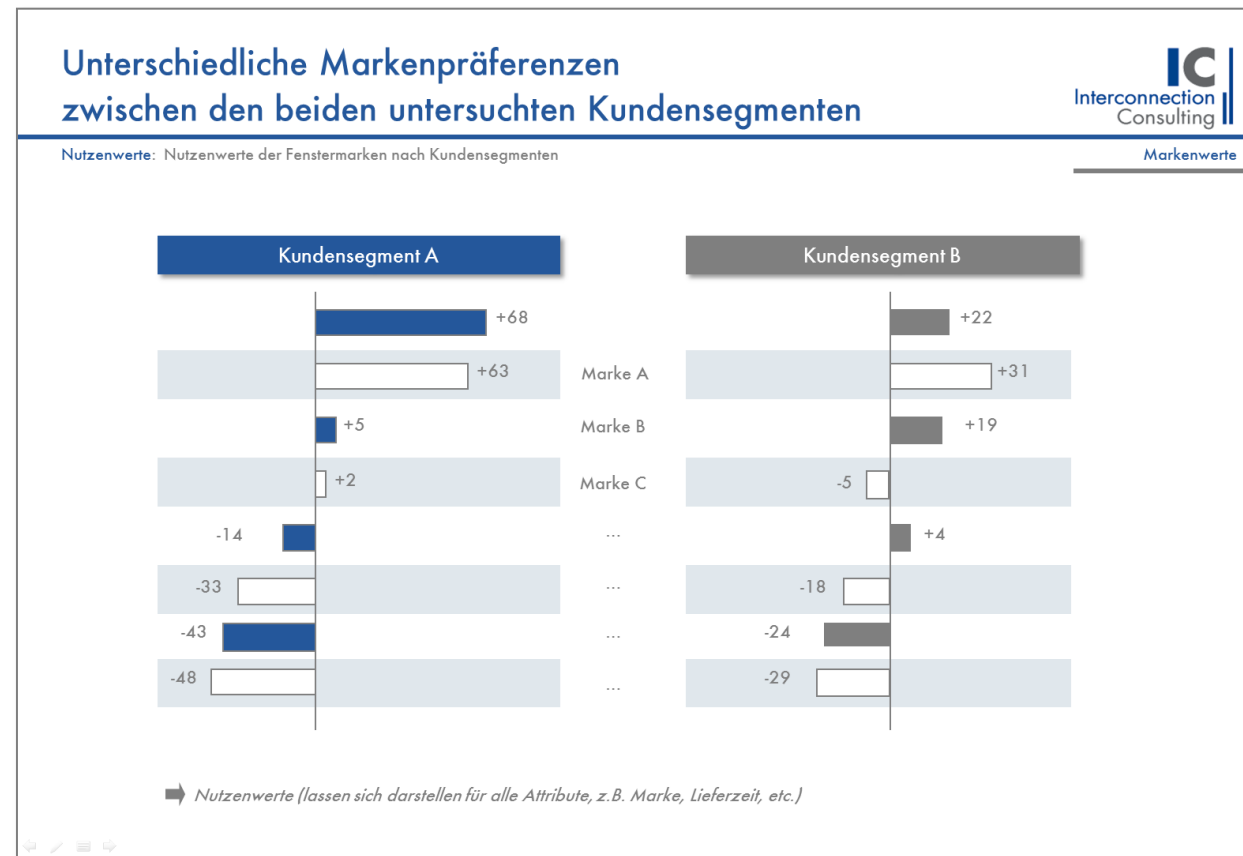
Design 2: 

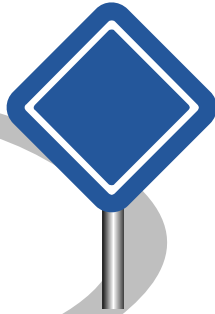
Design 3: 

Design 4: 

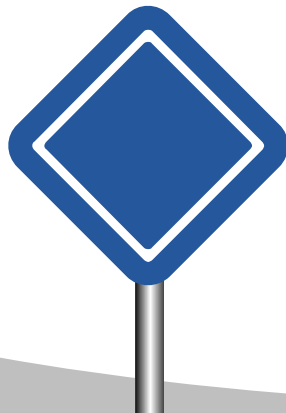
Design 5: 

- Analyse der Nutzenwerte der untersuchten Marken für die einzelnen untersuchten Produkteigenschaften (z.B.: Marke, Energieverbrauch, etc.) , unterteilt nach Kundensegmenten zum direkten Vergleich.
- Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen.



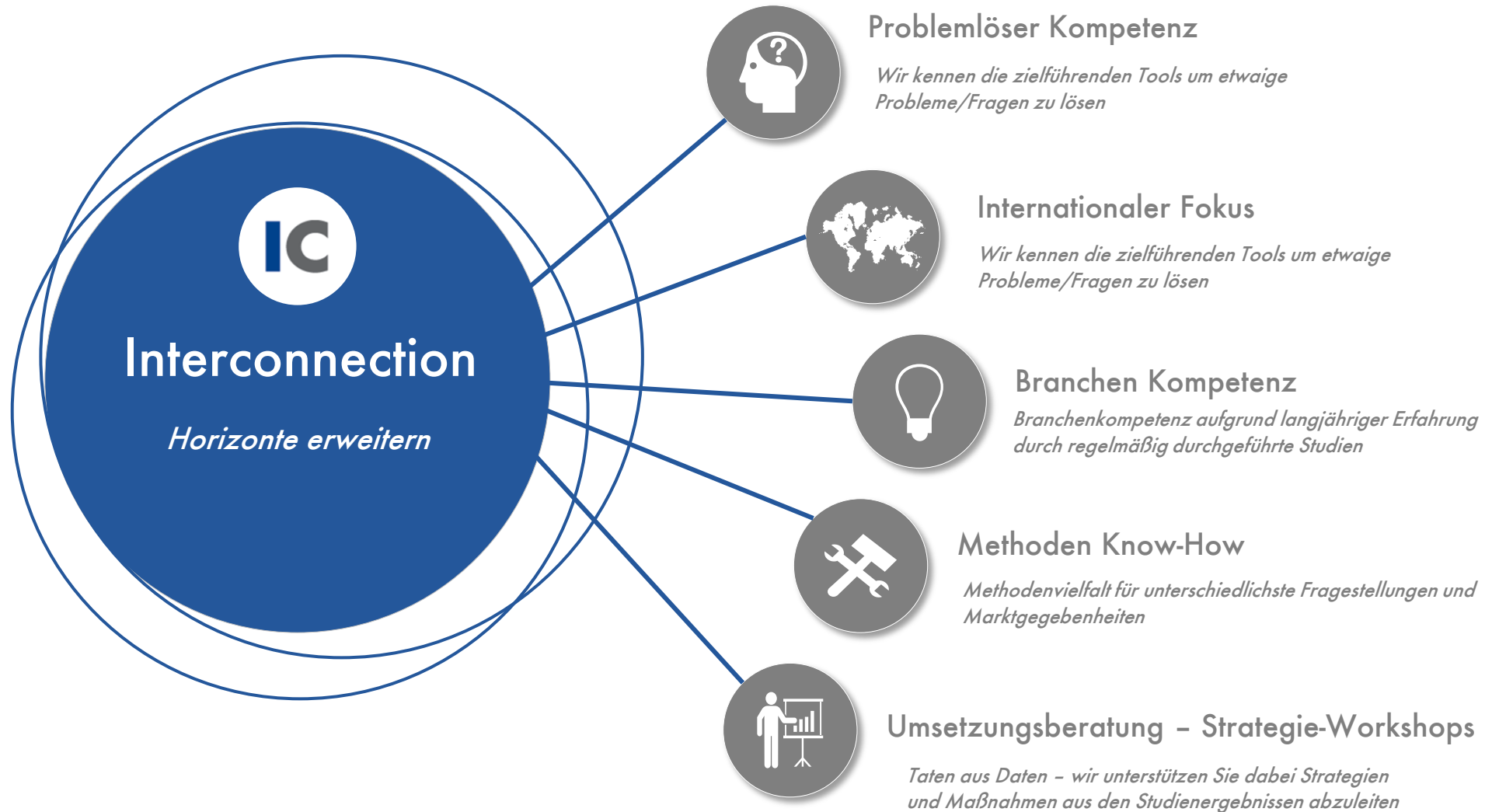


Interconnection hat das Power-Pricing-Tool erfolgreich in den verschiedensten Branchen angewandt, um die Auswirkungen des Preises auf die Kaufentscheidung statistisch zu ermitteln.



Durch das Power-Pricing-Tool gelang es unseren Kunden ihre Preis- und Tarifpolitik in Abstimmung auf Ihr Leistungsportfolio optimal abzustimmen und somit Marktanteile zu gewinnen.

Unser Ziel ist es Sie zu unterstützen um nachhaltiges Marktwachstum zu erzielen



Bei weiteren Fragen stehen wir Ihnen
jederzeit gerne zur Verfügung!

Interconnection Consulting
Getreidemarkt 1, A-1060 Wien

Mag. Ernst Rumpeltes – Head of Market Intelligence

Tel: +43 1 5854623 -38

Fax: +43 1 5854623 -30

rumpeltes@interconnectionconsulting.com

Dr. Frederik Lehner – Managing Director

Tel: +43 1 5854623 -11

Fax: +43 1 5854623 -30

lehner@interconnectionconsulting.com

Interconnection Consulting | Vienna • Lviv • Bratislava • Buenos Aires

www.interconnectionconsulting.com



we show you the way