

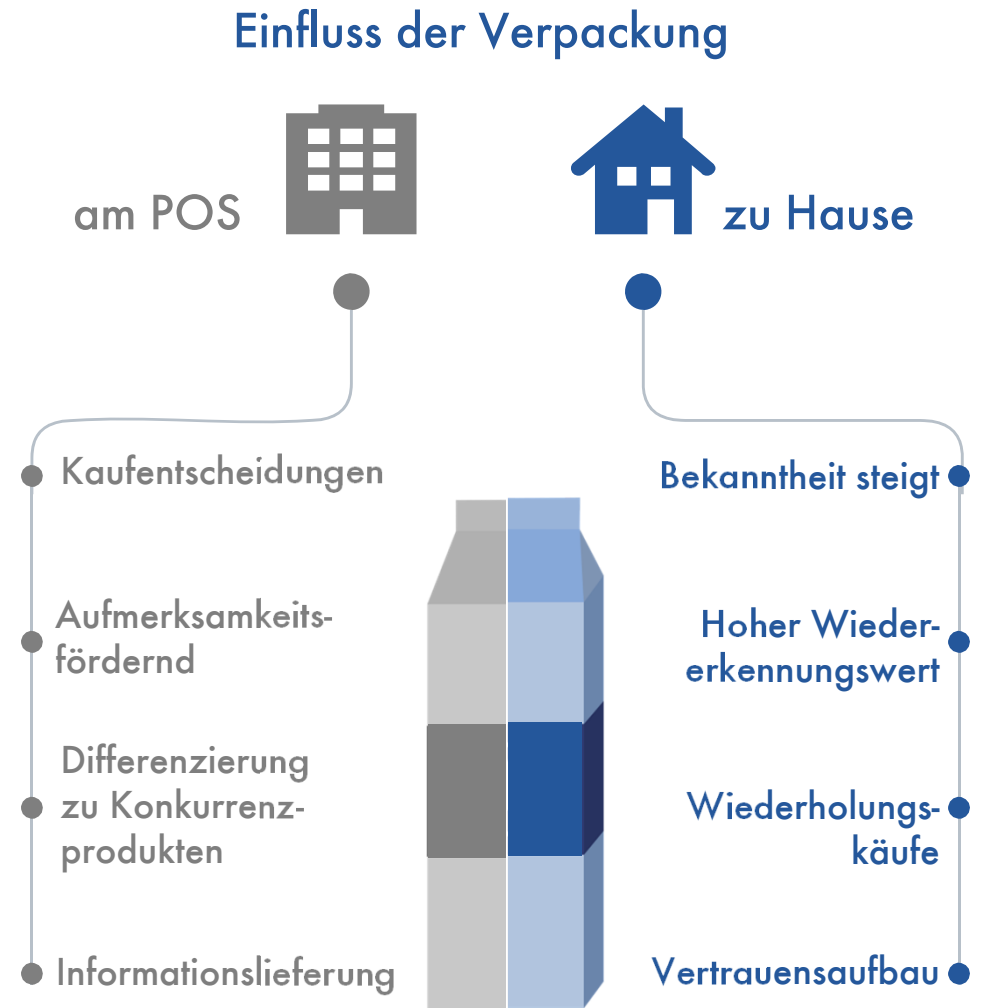


IC Verpackungsdesign-
analyse

Mittels impliziter
Reaktionszeitmessung

Produktverpackung als Kommunikationsmittel wirksam einsetzen

Die Verpackung stellt eines der wichtigsten Faktoren für die Vermarktung des eigenen Produktes dar. So beeinflusst die Verpackung direkt am POS die Kaufentscheidung des Käufers und erhöht gleichzeitig auch die Markenbekanntheit im Kopf des Konsumenten. Daher ist es entscheidend wesentliche Produkt- und Markenbotschaften über die Verpackung eindeutig zu kommunizieren, sodass diese auch beim Empfänger ankommen. Verpackungen mit eindeutigen und auffallenden Markenbotschaften werden nicht nur schneller vom Gehirn verarbeitet und besonders erinnert, sondern erlauben auch eine klare Differenzierung zu den Konkurrenzprodukten.



Gezielte Analyse der Produktverpackung

Beschreibung: Evaluierung des Verpackungsdesigns

Verpackungsanalyse

Was wollen die Konsumenten?

Welche Botschaften vermittelt die Verpackung?

Entscheidend für die erfolgreiche Vermarktung des Produktes ist es, welche Marken- und Produktbotschaften über das Verpackungs- und Produktdesign an den Konsumenten gesendet werden und ob die gewünschten Botschaften auch von der Zielgruppe wahrgenommen werden. Erfolgreiche Produkte sind auf die Zielgruppe exakt abgestimmt und sprechen diese direkt an.



Werden Produkt- und Markenbotschaften transportiert?

Welche Zielgruppe spricht die Verpackung an?

Regt die Verpackung zum Kauf an?

Wird die gewünschte Produktqualität vermittelt?

Welches Verpackungsdesign wird bevorzugt?

So wird die Produktverpackung valide erhoben

Methode: Evaluierung des Verpackungsdesigns mittels impliziten Reaktionszeitmessung

Methode

60%



Produktentscheidungen werden größtenteils am POS getroffen, wo mit begrenztem Aufnahmevermögen zwischen zahlreichen und ähnlichen Produkten im Regal gewählt wird.

95%



Bis zu 95 Prozent aller Kaufentscheidungen werden implizit und spontan getroffen. Implizite Prozesse beeinflussen maßgeblich unser Kaufverhalten.

Analysemethode:
Computerbasierte implizite
Reaktionszeitmessung

Automatische unreflektierte Bewertung

- Mit der impliziten Reaktionszeitmessung können Implizite Kognitionen erfasst werden.
- Probanden bewerten das Verpackungsdesign innerhalb einer kurzen Zeitspanne (300ms – 2500ms). Die unbewusste Wirkung der Verpackung kann somit valide erfasst werden.

Vorteile:

- Erfasst werden schnelle, unreflektierte spontane Antworten.
- Antwortverzerrungen durch soziale Erwünschtheit oder Tendenz zur Mitte werden vermieden
- Geringere Abbruchquote aufgrund der kurzen Befragungsdauer

Implizite Reaktionszeitmessung zur Evaluierung des Verpackungsdesigns

Methode: implizite Reaktionszeitmessung zur Evaluierung der Produktverpackung

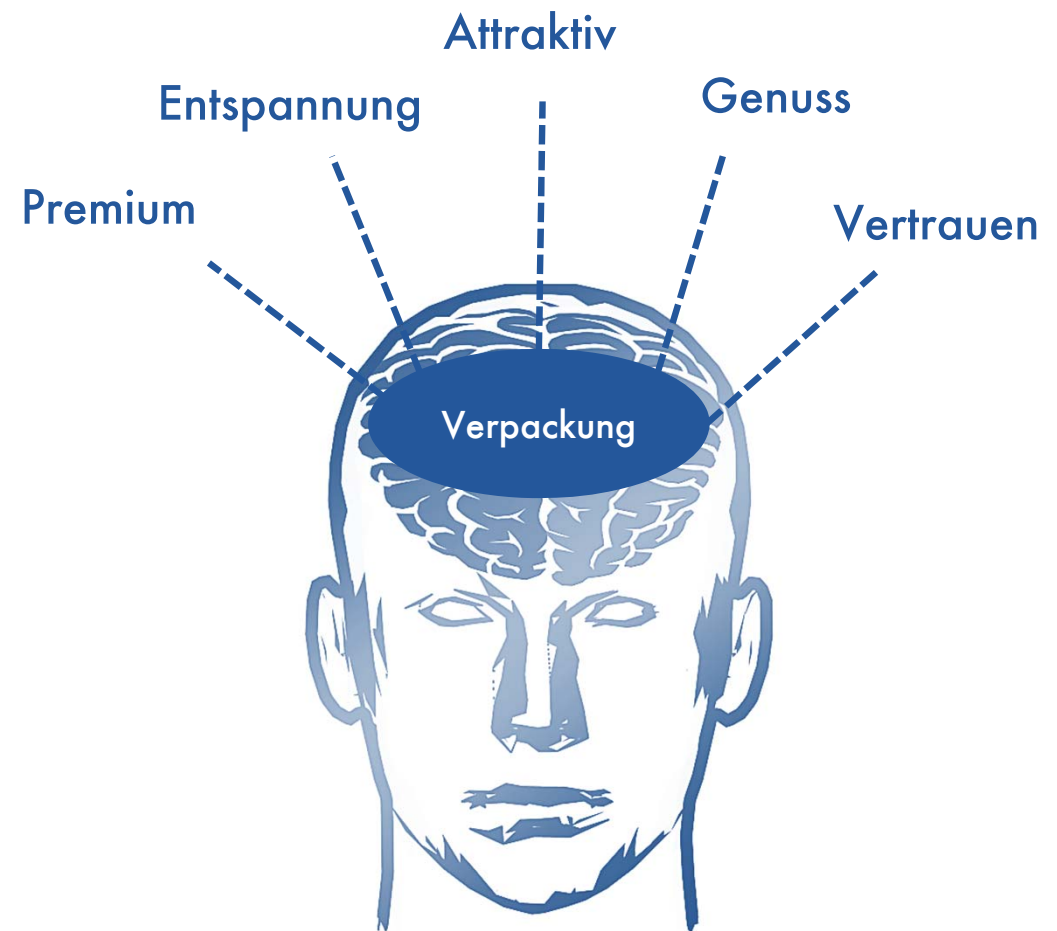
Methodik

Neue Produkte oder **Designneinführungen** können vor der Markteinführung getestet werden. Das aus Kundensicht **optimale Produkt** hinsichtlich Verpackungsdesign kann ermittelt werden.

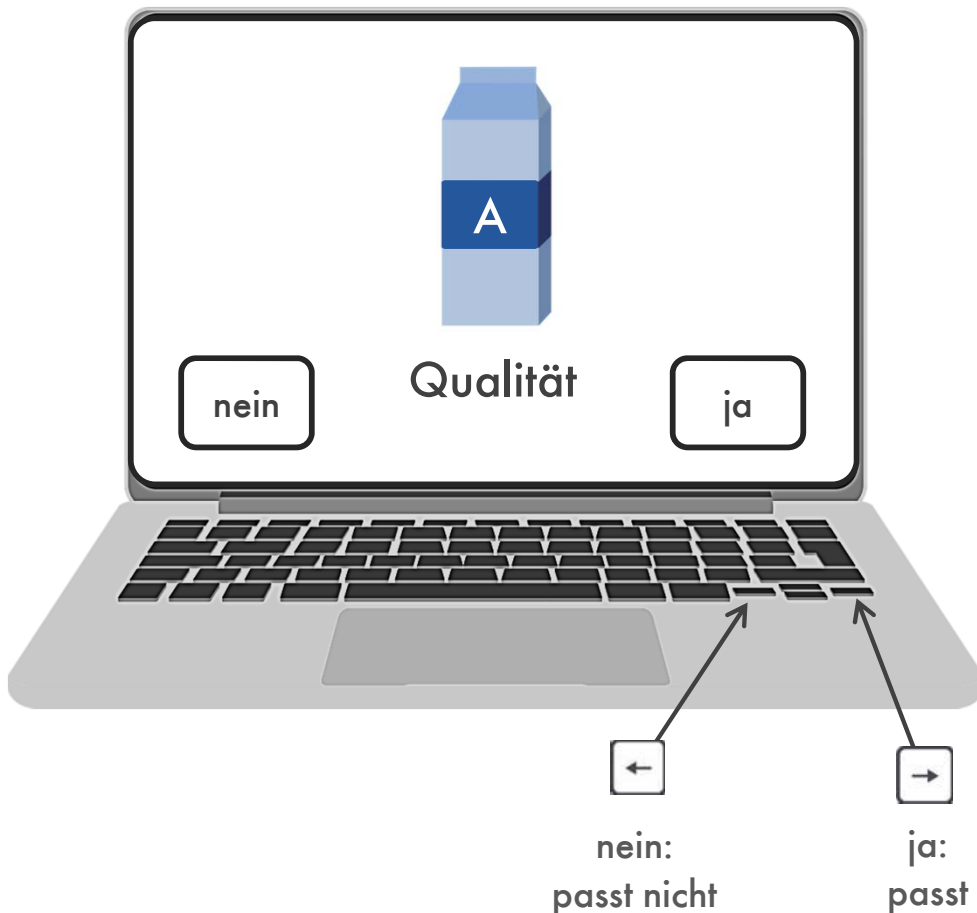
Um einzelne Gestaltungselemente der Produktverpackung und das Produkt als Ganzes zu analysieren, wird eine implizite Reaktionszeitmessung durchgeführt, um unbewusste Assoziationen die mit dem Produkt verbunden werden und das Gefallen zu ermitteln.

Aufgrund des Befragungsdesigns und der damit einhergehenden kurzen Bewertungsdauer der Produkte (300ms – 2500 ms) werden **spontane kognitive Bewertungsfaktoren** erfasst.

Basierend auf den Ergebnissen dieser softwarebasierten Messmethode kann das **Produktdesign an die Zielgruppe zielgerichtet angepasst** und verändert werden.



Implizite Testung anhand von Assoziationen

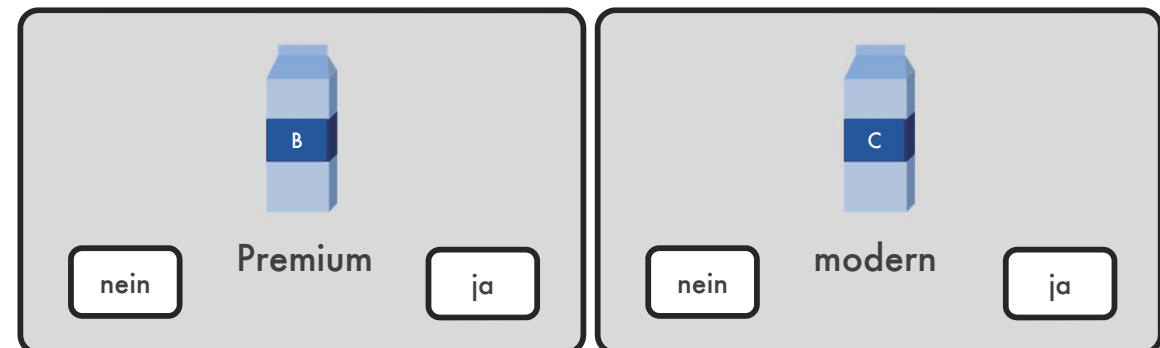


Kundennutzen:

Zunächst werden relevante Verpackungselemente definiert und Eigenschaftswörter (z.B. Sympathisch, Premium, verkaufsanregend...) anhand derer die Elemente bewertet werden, festgelegt.

Durchführung:

Während der Testung bewerten die Probanden die dargestellten Elemente, als auch die Verpackung als Ganzes, anhand der eingeblendeten Eigenschaftswörter. Die Reaktionszeit und die Richtung der Bewertung dient als Maß für die Assoziationsstärke und Verpackungsbewertung.



Erhebungsphase – Stimuli-Präsentation

Testdurchführung: Darbietung der Verpackung für die Bewertung

Testdurchführung

Im Folgenden werden Ihnen Bilder vorgegeben und jeweils ein Eigenschaftswort.
Bitte entscheiden Sie spontan, ob das Wort zu dem Bild passt oder nicht.

Drücken Sie bitte die rechte Pfeiltaste auf Ihrer Tastatur für 'ja - passt' und die linke Pfeiltaste für 'nein - passt nicht'.

Antworten Sie bitte spontan und schnell.
Für Ihre Bewertung haben Sie 2,5 Sekunden Zeit.



Premium

nein

ja



Premium

nein

ja



Premium

nein

ja

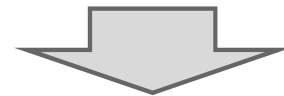
Die Probanden durchlaufen nach dem Screening und der Instruktion ein Antworttraining, sodass sie sich auf die Befragungssituation optimal einstellen können. Anschließend folgt die implizite Befragung.

Verpackungspräferenzmessung



Verpackungsbewertung - Computerbasierte Reaktionszeitmessung

Standardisierte Online-Befragung:
Stichprobengröße: abhängig von dem Untersuchungsgegenstand und der Fragestellung
Repräsentativ für die Zielgruppe (Kriterien: Alter, Geschlecht, Region, etc)



Bewertungskriterium

Bewertungskriterium 1 (z.B. *Qualität*)

Bewertungskriterium 2 (z.B. *Premium*)

Bewertungskriterium 3 (z.B. *Attraktivität*)

Bewertungskriterium 4 (z.B. *hochwertig*)

Bewertungskriterium 5 (z.B. *modern*)

Untersuchungsgegenstand

Verpackungsdesign
A

Verpackungsdesign
B

Verpackungsdesign
C

Analysefaktoren

Analyse der Verpackungsdesign-varianten hinsichtlich vordefinierter Bewertungskriterien.

Analyse der Eigenschaftsstärke und Richtung der Bewertung je Verpackungsdesign.

Die vier Projektschritte der Verpackungsdesignanalyse

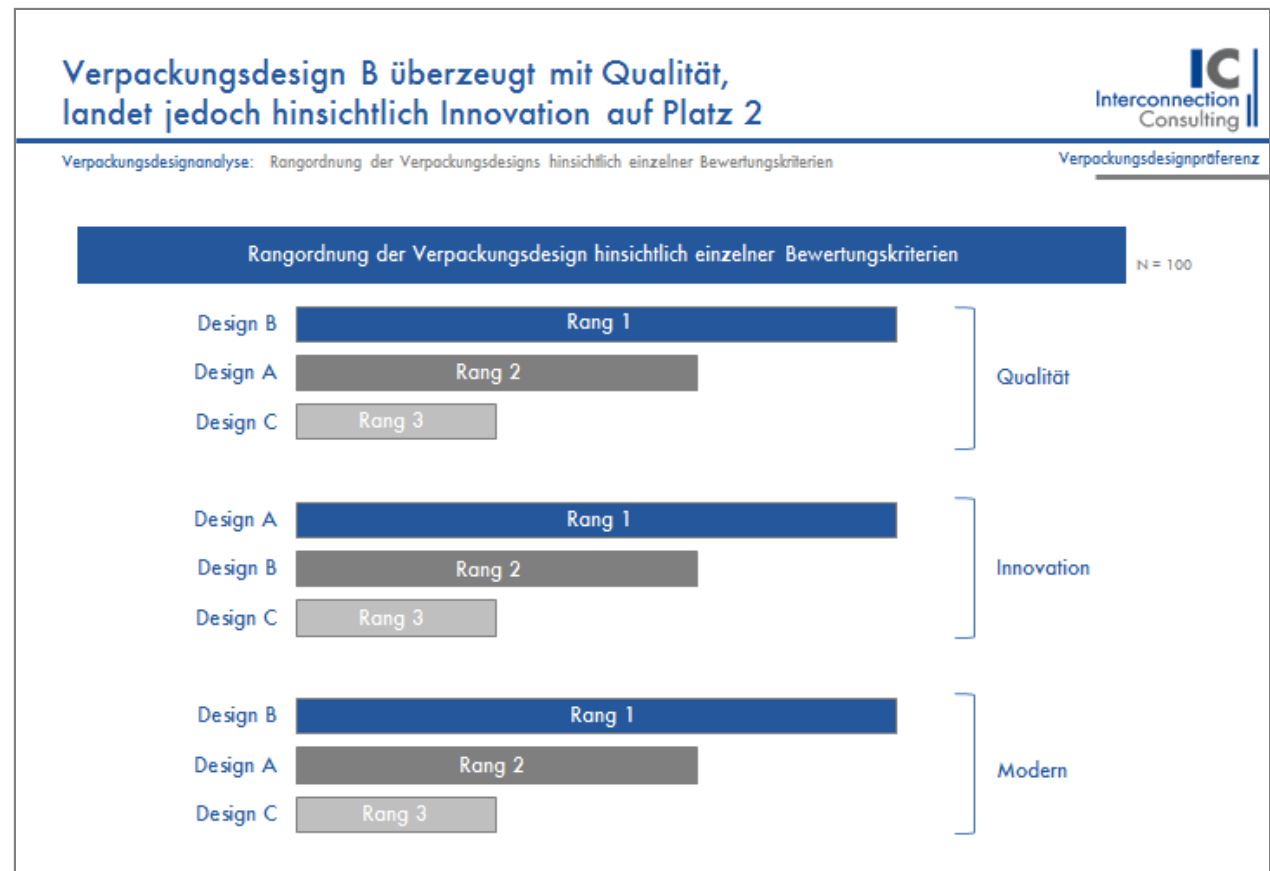
Darstellung der strukturellen Vorgangsweise

Projektablauf

Projektschritt		Inhalt
1	Kick Off	• Projekteinrichtung • Definition und Auswahl der Bewertungskriterien • Erstellung des Zeitplans
2	Online-Befragung	• Erstellung, Programmierung und Hosting der Online-Befragung • Rekrutierung des Panels entsprechend der Zielgruppendefinition und Segmentierung • Durchführung der Feldphase
3	Datenanalyse	• Datenanalyse der Erhebungsergebnisse • Datenbereinigung und Datenkontrolle • Ermittlung der Verpackungsdesignpräferenz und Stärke der Assoziationen
4	Endbericht	• Aufbereitung und Visualisierung der Ergebnisse • Ableitung strategischer Empfehlungen • Sie erhalten einen Endbericht als interaktives PDF mit professionell visualisierten Charts

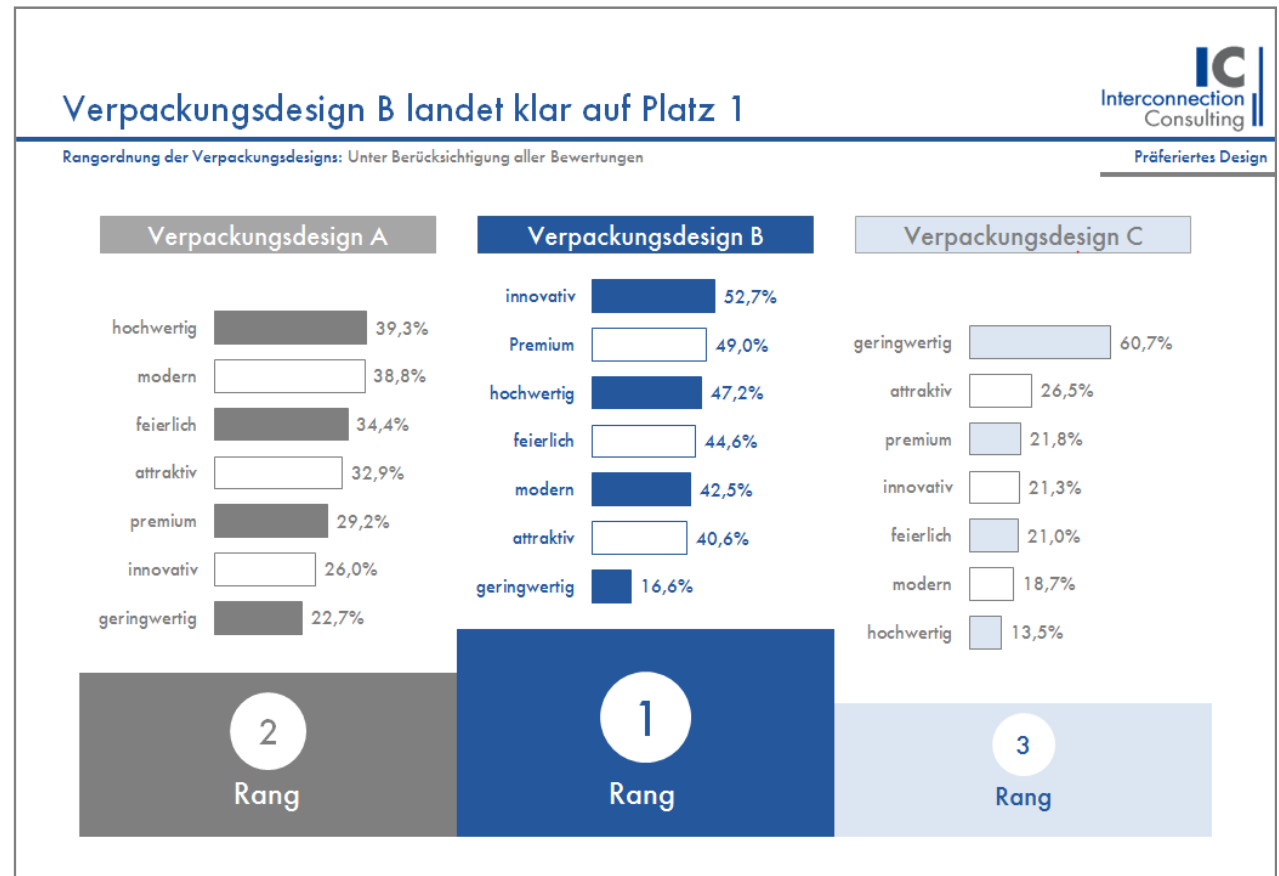
Rangordnung der Verpackungsdesigns hinsichtlich den definierten Bewertungskriterien

- Analyse der Verpackungsdesignpräferenz hinsichtlich ausgewählter Bewertungskriterien. Die Ergebnisse umfassen die Richtung der Bewertung innerhalb der vorgegebenen Zeitspanne (300ms – 2500ms).
- *Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen*

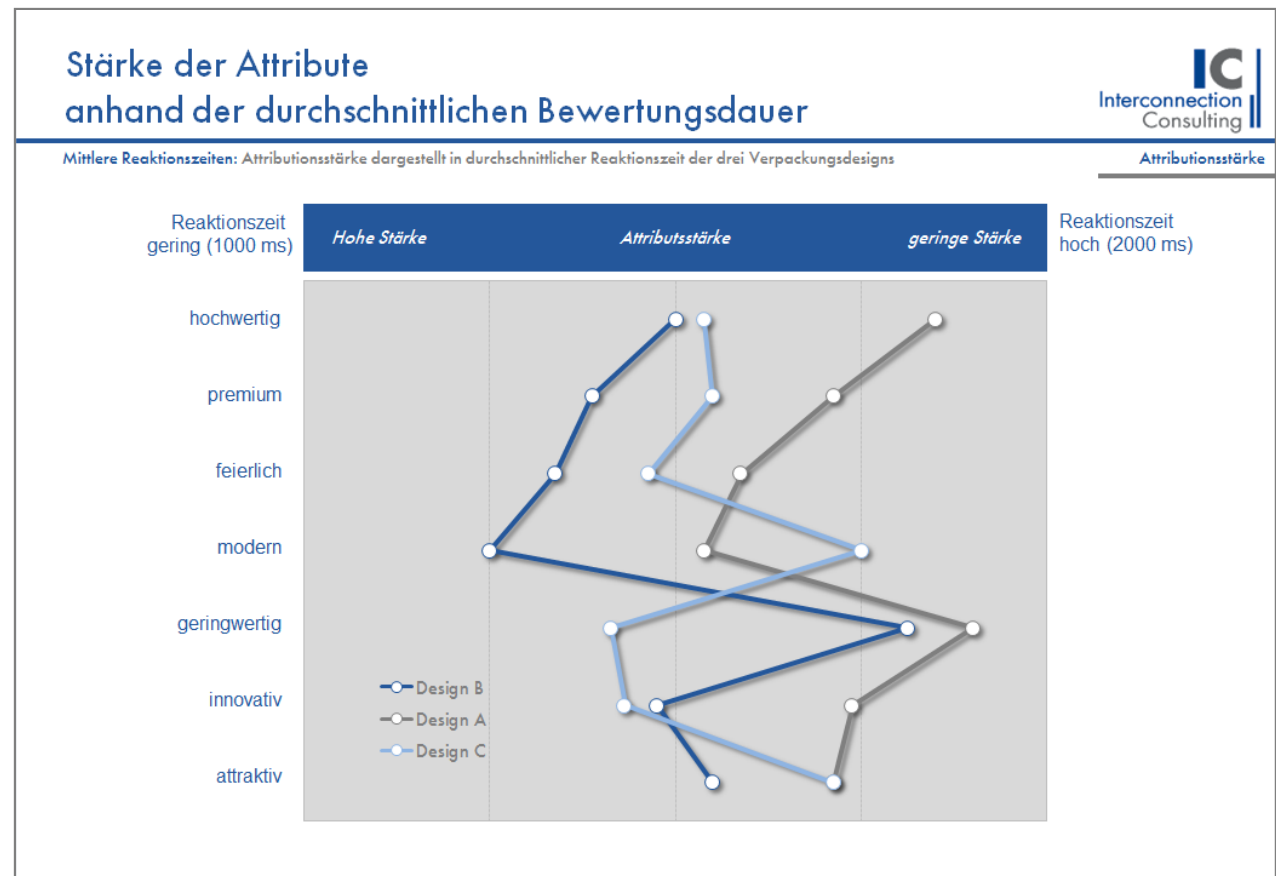


Verpackungsdesignpräferenz anhand den Bewertungen

- Erfassung der Verpackungsdesignpräferenz anhand der untersuchten Bewertungskriterien (z.B.: Premium, attraktiv, innovativ etc.)
- *Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen*

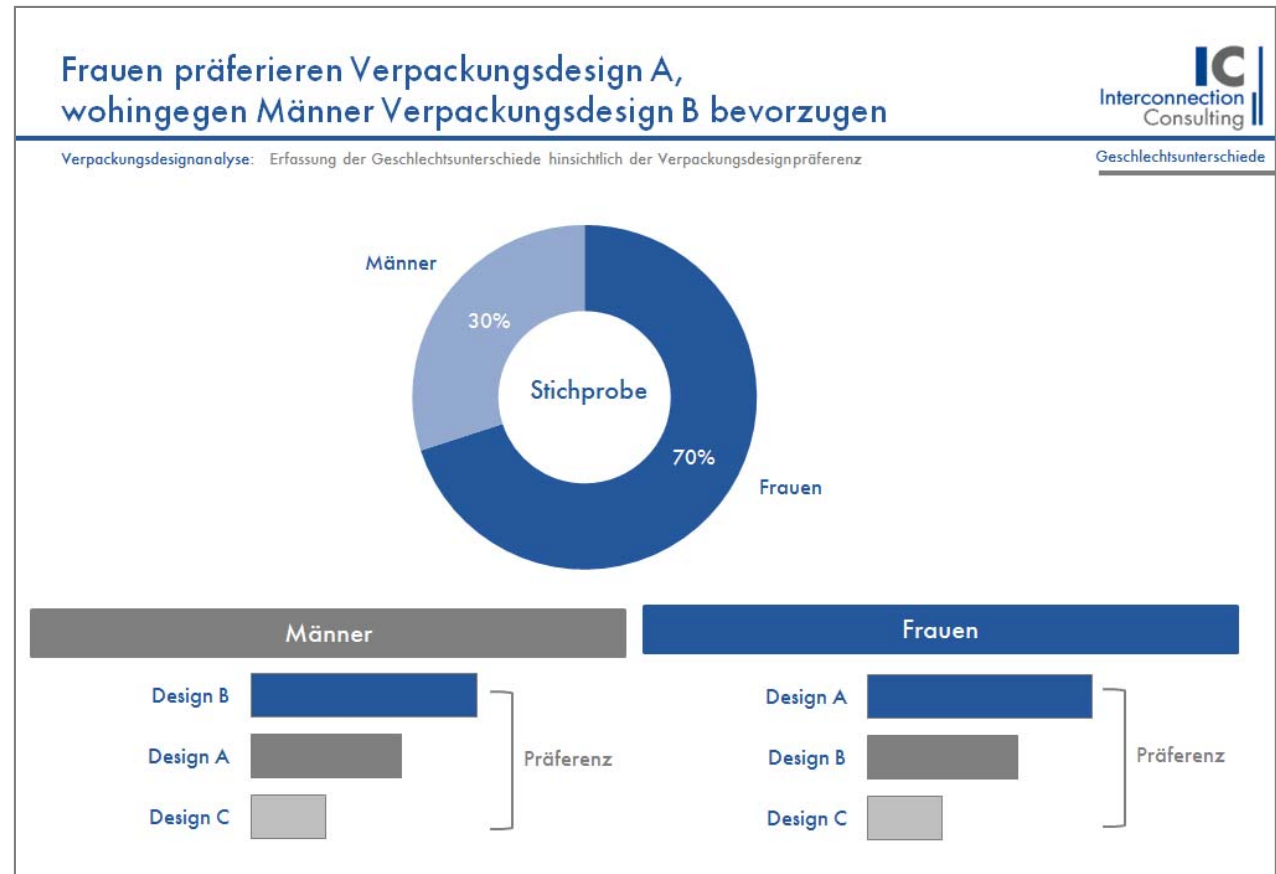


- Erfassung und Analyse der Eigenschaftsstärke, um Stärken und Schwächen eines Verpackungsdesigns aufzudecken.
- *Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen*



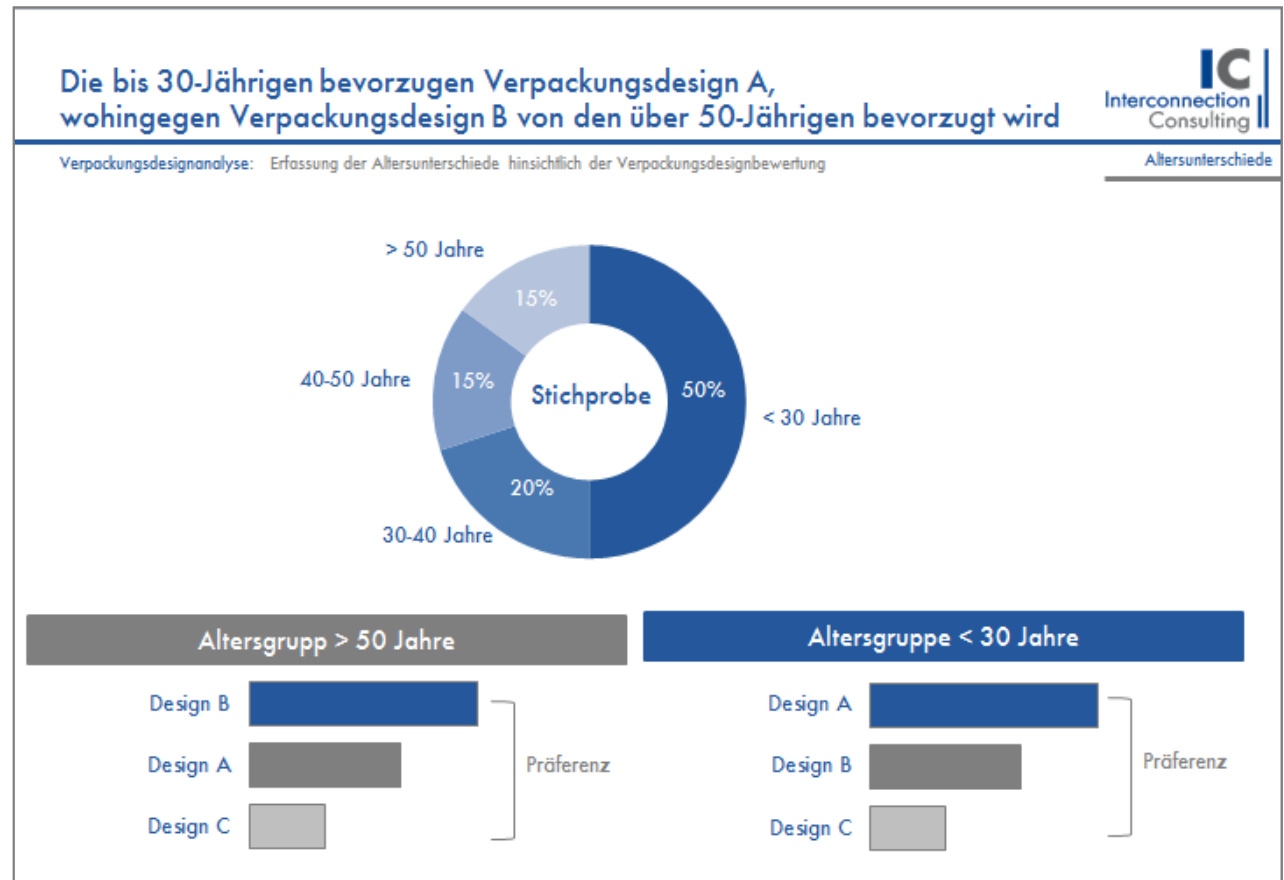
Verpackungsdesignpräferenz – Geschlechtsunterschiede bei der Verpackungsdesignbewertung

- Die Analyse der Daten unter Berücksichtigung der Stichprobenunterteilung nach Geschlecht, erlaubt Geschlechtsunterschiede hinsichtlich Gesamtpräferenz aufzudecken, wodurch Sie gezielte Entscheidungsmaßnahmen ableiten können.
- Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen*



Verpackungsdesignpräferenz – Altersunterschiede bei der Verpackungsdesignbewertung

- Eine differenzierte Analyse der Daten unter Berücksichtigung der Altersgruppen erlaubt altersspezifische Präferenzen aufzudecken.
- *Dieses Chart zeigt fiktive Zahlen und Stichprobenzusammensetzung*



Bei weiteren Fragen stehen wir Ihnen
jederzeit gerne zur Verfügung!

Interconnection Consulting
Getreidemarkt 1, A-1060 Wien

Mag. Panorea Kaskani- Neuromarketing Consultant
Tel: +43 1 5854623 -57
Fax: +43 1 5854623 -30
kaskani@interconnectionconsulting.com

Interconnection Consulting
Vienna • Bratislava • Lviv • Buenos Aires • Oberstdorf

www.interconnectionconsulting.com



we show you the way