



IFM MANNHEIM

Die Marktpsychologen

Effektivität am POS – mit kontrollierten Markttests untersuchen



IFM MANNHEIM GmbH
P 4 Nr. 4, 68161 Mannheim
Tel.: 0621 - 178080
Fax: 0621 - 1780818

VR-Bank Rhein-Neckar
Konto Nr.: 7 229 100
Bankleitzahl: 670 900 00
UST-IDNR.: DE 143835357

Gesellschafter
Prof. Dr. Gert Gutjahr
Prof. Gabriele Naderer
Dipl.-Psych. Jutta Rietschel

info@ifm-mannheim.de
www.ifm-mannheim.de
Registergericht Mannheim HRB 2534
Gegründet 1949

Vor Entscheidungen über POS-Maßnahmen stellen sich viele Fragen zur Wirksamkeit, z.B. von:

- Sortimentsgestaltung, optimale Marken-Ranges
- Produktneueinführungen
- Platzierungs-Varianten
- Preisgestaltung
- verschiedenen Verpackungen
- Promotion, Sonderaktionen etc.



Überprüfen Sie die Effekte auf den Abverkauf und treffen Sie Ihre Entscheidungen auf wissenschaftlich gesicherter Basis.

Erfahren Sie **rechtzeitig**, ...

- ob sich durch einen **Relaunch oder Launch** auch Zuwächse für die Marke erzielen lassen?
- ob die **Listung eines neuen Produktes** zur Substitution von Wettbewerbern und/oder zur Kannibalisierung eigener Produkte führt?
- ob sich durch eine **Preissenkung** nicht nur ein höherer Absatz in Menge, sondern auch ein höherer Umsatz in Wert erreichen lässt?
- ob durch eine **Veränderung der Platzierung** der Abverkauf eines Produktes gesteigert werden kann?

Wir liefern Ihnen das **notwendige Wissen** über die Reaktion Ihrer Kunden als **Basis für Ihre Marketingentscheidung**.

Dazu nutzen wir wissenschaftliche, experimentelle Forschungsmethoden.

Unsere Methode

- **Kontrollierter Markttest** nach dem Testdesign **Matched Samples**.

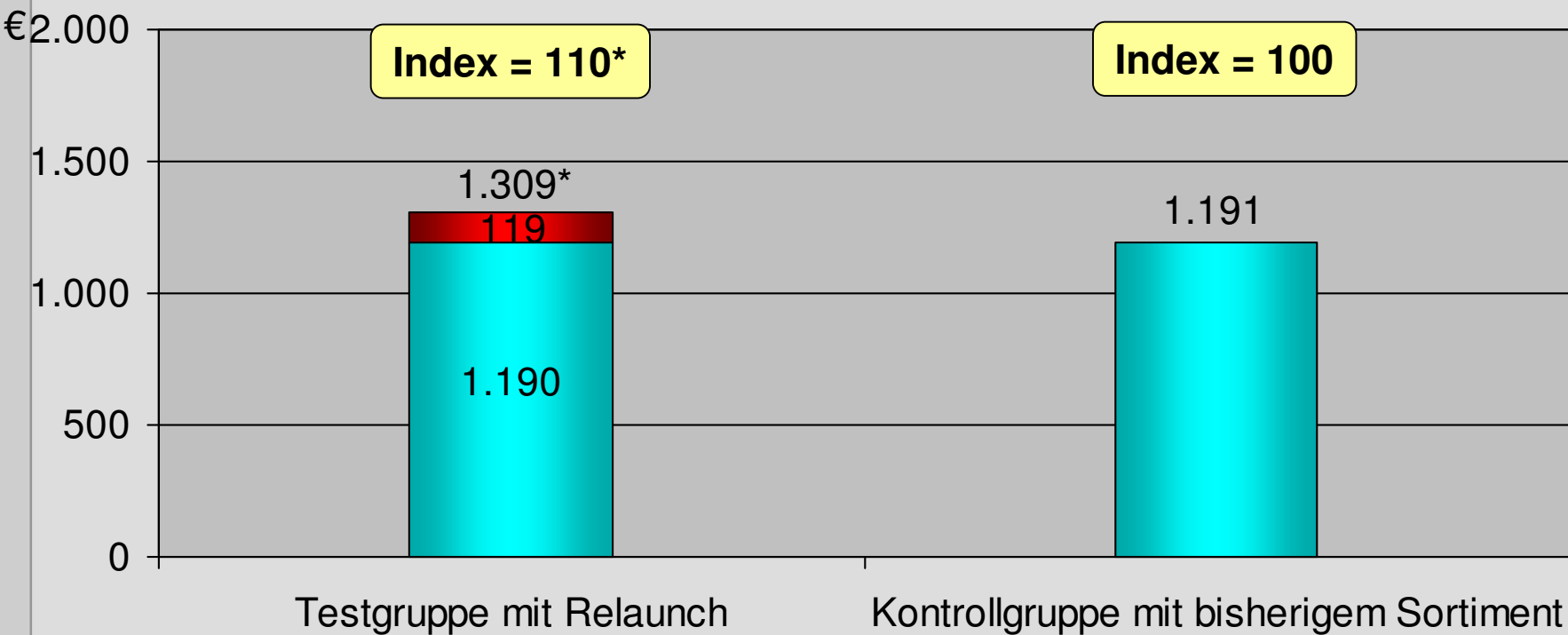
	<i>Vorphase</i> (12 Wochen rückliegend)	Testphase (8-12 Wochen)
Testgruppe 15 dm-drogerie markt Filialen	<i>Sortiment ohne Veränderung</i>	Sortiment mit Veränderung z.B. mit neuem Artikel
Kontrollgruppe 15 dm-drogerie markt Filialen	<i>Sortiment ohne Veränderung</i> (Abverkauf vergleichbar zur Testgruppe)	Sortiment ohne Veränderung = Benchmark

- wissenschaftlich fundiert
- realistische Kaufdaten direkt vom POS
- sichere Ergebnisse

Ergebnisse – Markttest

Beispiel Relaunch

Lässt sich durch eine Sortimentsänderung eine Marktausweitung erzielen?



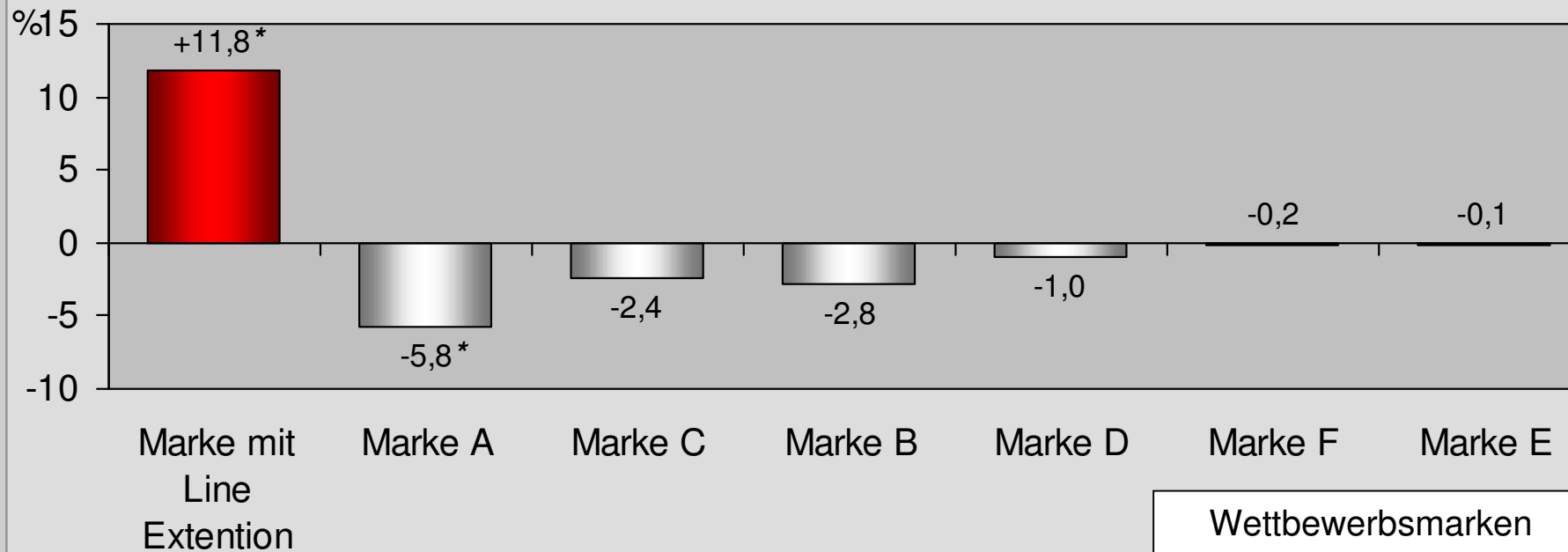
* = signifikanter Unterschied zwischen neuem und bisherigem Sortiment ($p < .05$)

Durch den Relaunch kann der Umsatz der Marke um 10% gesteigert werden.

Ergebnisse – Markttest

Beispiel Launch

Führt die Leistung eines neuen Produktes zur Substitution von Wettbewerbern und/oder zur Kannibalisierung eigener Produkte?



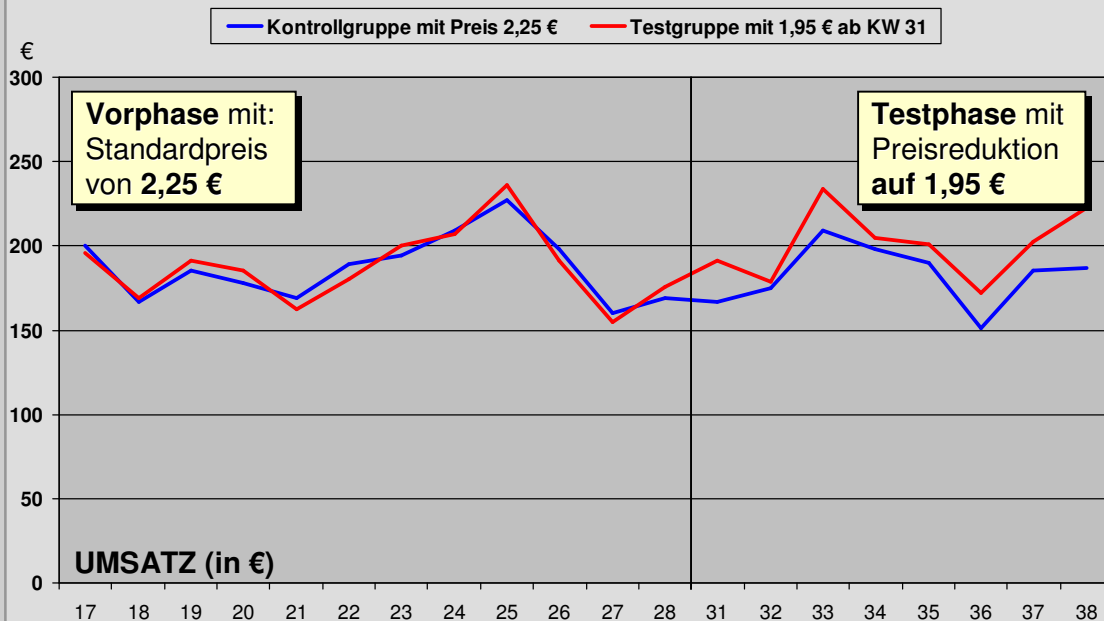
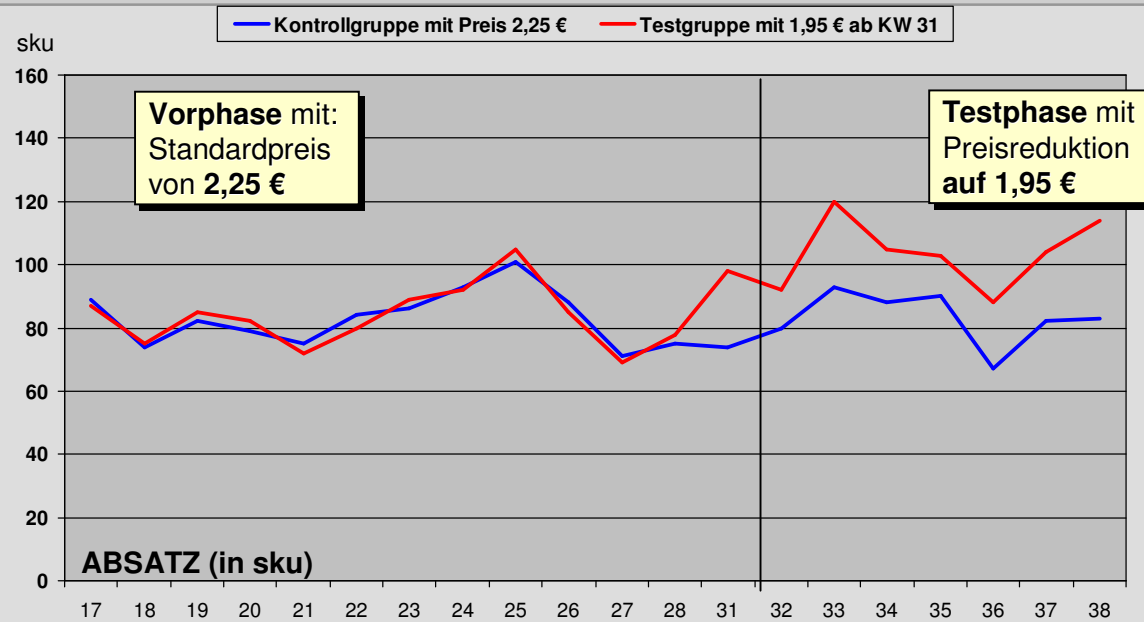
* = signifikanter Unterschied zwischen Standardsortiment und erweitertem Sortiment ($p < .05$)

Die Marke mit der Neueinführung gewinnt um knapp 12%-Punkte an Absatz-Marktanteilen signifikant hinzu. Marke A wird substituiert.

Ergebnisse – Markttest

Beispiel Preisreduzierung

Lässt sich durch eine Preis- senkung nicht nur ein höherer Absatz in Menge, sondern auch ein höherer Umsatz in Wert erreichen?

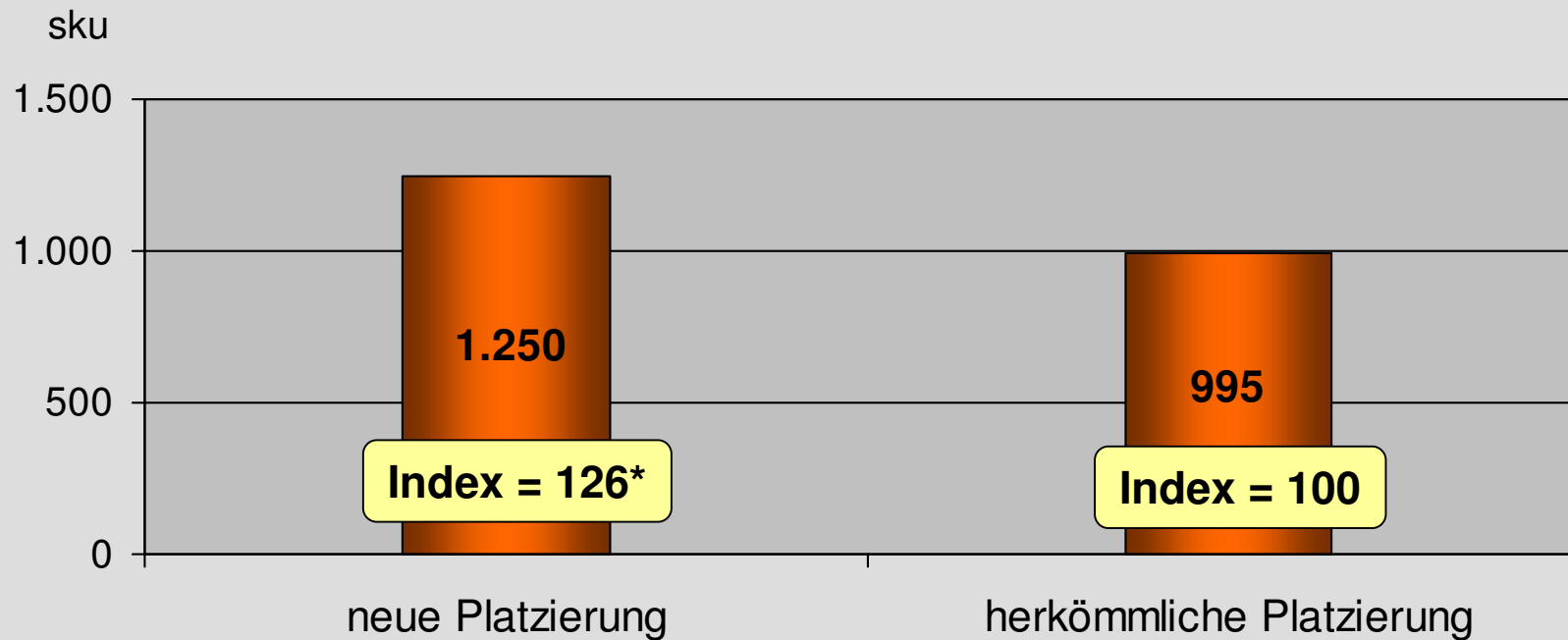


Durch die Preisreduktion kann der Absatz signifikant um 25% gesteigert werden.
Auch der Umsatz kann durch die Preisreduktion signifikant um 8% gesteigert werden.

Ergebnisse – Markttest

Beispiel Platzierung

Kann durch eine Veränderung der Platzierung der Absatz eines Produktes gesteigert werden?



* = signifikanter Unterschied zur herkömmlichen Platzierung ($p < .05$)

Unter der neuen Platzierung erreicht der Artikel 26% mehr Absatz als unter der herkömmlichen Platzierung.

- Auswahl und Information der Test- und Kontrollfilialen.
- Umsetzung der Testbedingungen in den Filialen vor Ort.
- Regelmäßige Kontrollen der Testbedingungen durch unsere Mitarbeiter vor Ort, tägliche Kontrollen über EDV.
- Bei neuen Produkten:
 - dezentrale Lagerung der Testware in unserem Lager
 - Logistik und Lieferung der Testware in die Filialen.
- 14-tägliche Lieferung von wochengenauen Zwischenberichten.
- Statistische Berechnung des Effektes nach Untersuchungsende.
- Graphische Darstellung der Ergebnisse in einem Abschlussbericht mit Empfehlung.



Ihre Ansprechpartner bei IFM MANNHEIM:

Dipl. Psych. Jutta Rietschel
Geschäftsleitung

☎ 0621 / 17 808 16

✉ jutta.rietschel@ifm-mannheim.de

Dipl. Psych. Markus Presoli
Projektleitung

☎ 0621 / 17 808 36

✉ markus.presoli@ifm-mannheim.de