Preisschwellen und Preisoptimierung

Preis-Sensor
Von Konzept & Markt

Für zahlreiche Markenartikel lässt die Preisgestaltung Spielräume offen. Dabei beschäftigen das Marketing-Management oftmals folgende Fragen:

- Liegen Absatzrückgänge tatsächlich an einem vermeintlich zu hohen Preis?
- Lassen sich noch höhere Preise im Wettbewerbsumfeld durchsetzen?
- Könnten in diesem Falle Handel und Hersteller gemeinsam profitieren?

Der Preis-Sensor beantwortet diese Fragen. Er testet auch Preisalternativen ab, die gegenwärtig nicht auf dem Markt realisiert werden. Damit werden auch zur Zeit nicht existierende Preisschwellen ermittelt.

Der Preis-Sensor basiert auf einer Conjoint-Analyse, die als Ergebnis so genannte Nutzenwerte liefert. Hierbei handelt es sich um dimensionslose Werte, die die Präferenzen der Befragten zum Ausdruck bringen. Je höher ein Nutzenwert ist, desto eher wird sich der Befragte für die betreffende Alternative entscheiden.

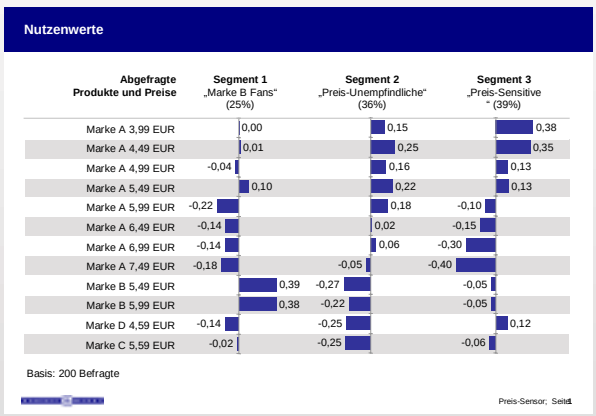
Hauptvorteile:

- Bestimmung von Preisschwellen
- Identifikation von Zielgruppen mit unterschiedlicher Preisempfindlichkeit
- Bestimmung des umsatzoptimalen Preises
- Abfrage von Preisen, die bisher noch nicht auf dem Markt beobachtet worden sind
- Schnelle Projektdurchführung

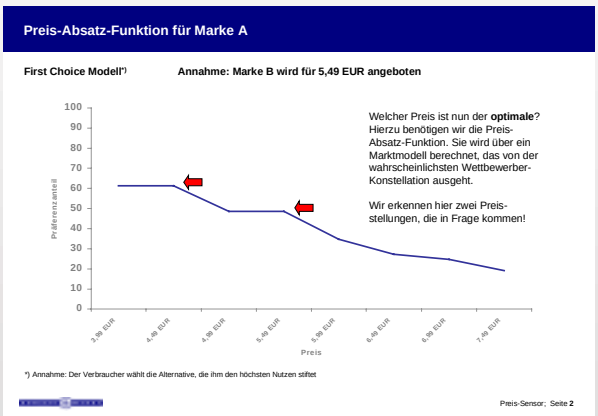
Besonders hilfreich für:

- Marketing-Verantwortliche zur Ermittlung des optimalen Preises
- Vertriebs-Verantwortliche zur Bestimmung des Absatzpotenzials zu unterschiedlichen Preisstellungen

Drei Nachfragersegmente



Zwei Preisschwellen



KONZEPT & MARKT

Preisschwellen und Preisoptimierung

Der Preis-Sensor basiert auf der so genannten Trade-Off-Analyse. Dies ist eine besondere Form der Conjoint-Analyse, die auf dem direkten Vergleichen zwischen zwei Produkt- und Preisalternativen beruht.

Ein Paarvergleich wird in etwa so abgefragt:

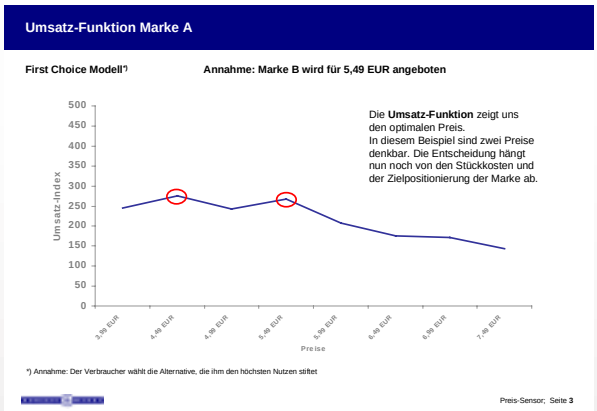
Methodik des Preis-Sensor:

- Der Befragte gibt über den Skalenwert von 1-4 sein Urteil für eine der beiden Marken an.
- Es werden ca. 20 Paarvergleiche abgefragt
- Stichprobe: Ab 200 Befragte
- Befragung im Teststudio

WELCHE DER BEIDEN ALTERNATIVEN ZIEHEN SIE VOR?									
Marke A für 3,99 €									Marke B für 5,49 €
				BITTE GEBEN SIE EINE ZIFFER AN					
BEVORZUGE LINKS	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4 BEVORZUGE RECHTS

Ergebnisbeispiel:

Zwei Umsatzoptimale Preise



Unsere Empfehlung

Für die angebotene Marke sind zwei Preisstellungen denkbar: 4,49 € oder 5,49 €.
Für 5,49 € sprechen in diesem Falle zwei Argumente:

- Zum einen werden mit 5,49 € höhere Stückerlöse erzielt. Dieser Preis stellt also auch den gewinn-optimalen Preis dar.
- Die Marke A ist als Premium-Marke positioniert. Es wäre also widersprüchlich jetzt einen Preis in Höhe von 4,49 € einzuführen.

Anwendungen:

Der Preis-Sensor von Konzept & Markt eignet sich für ganz unterschiedliche Produktbereiche:

- Klassische Markenartikel
- Pharmazeutische Erzeugnisse
- Dauerhafte Konsumgüter
- Dienstleistungen

Ansprechpartner:

Konzept & Markt GmbH
Dr. Ottmar Franzen — Telefon: (0611) 690 17 11
Elke Werner — Telefon: (0611) 690 17 32

www.konzept-und-markt.com

KONZEPT & MARKT