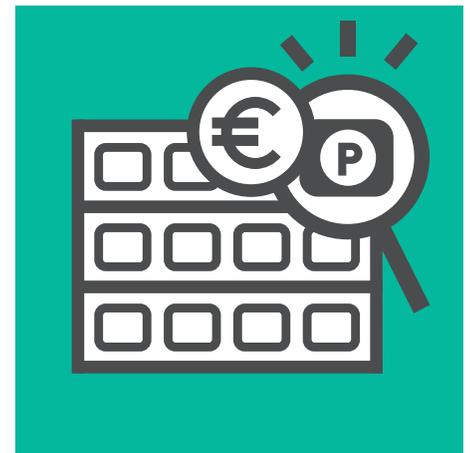


Launch Check

Der Erfolgstest für Ihre Produkt-Einführungen



MODUL A: Konzept-Check Online

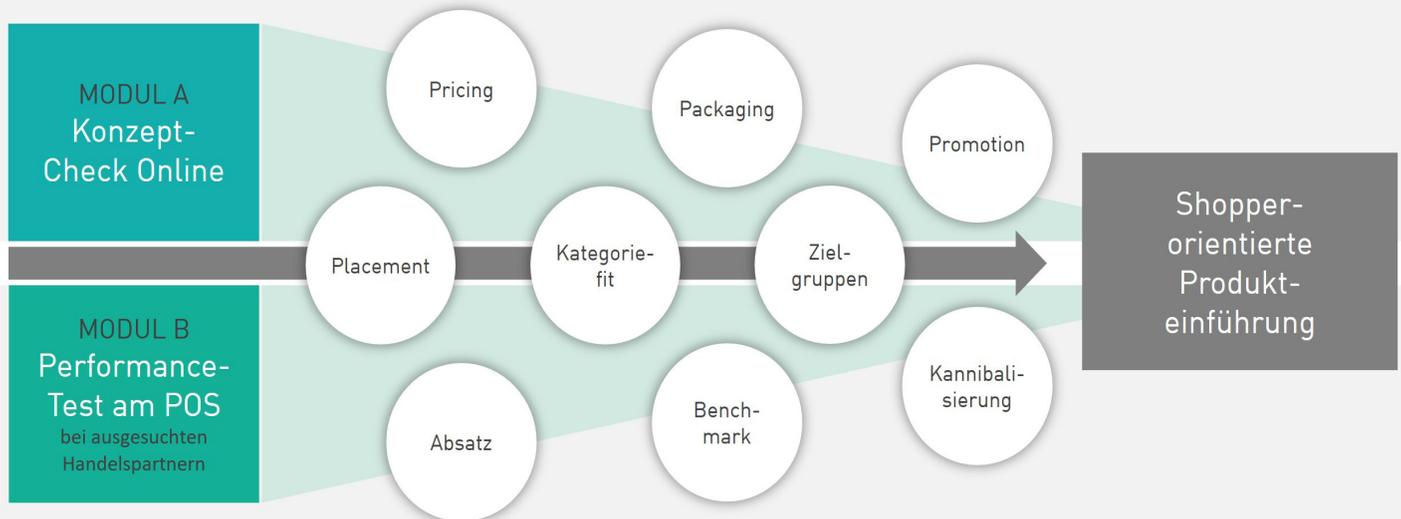
- Wie wird das Neuprodukt aus Shoppersicht wahrgenommen?
- Was ist der optimale Preis für das neue Produkt?
- Wie wirken unterschiedliche Verpackungsdesigns auf die Shopper?
- Welches Platzierungsumfeld ist am logischsten für die Shopper?
- Welche Promotionmaßnahmen haben die besten Erfolgsaussichten?
- Wie gut passen die geplanten Displays zur Marke?
- Welche Zielgruppen werden durch das Produkt angesprochen?

MODUL B: Performance-Test am POS

- Welche Absätze bzw. Drehzahlen generiert das Neuprodukt?
- Welche Sorte aus der Range performt am POS am besten?
- Wie ist die Performance des Neuprodukts im Vergleich zum Wettbewerb?
- Werden eigene Produkte kannibalisiert?
- In welchem Platzierungsumfeld ist die POS-Performance am besten?
- Welche Absätze werden durch Regal- und welche durch Display-Platzierung generiert?
- Wer kauft das Produkt tatsächlich am POS?

Produkteinführungen shopperbasiert begleiten

Produktneueinführungen und Relaunches sind Kernaufgaben im Produktmanagement bzw. Marketing. Von Zielgruppenanalysen über Konzept- und Produkttests bis hin zur Überprüfung der Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen wird dabei viel Geld investiert, um einen erfolgreichen Markteintritt sicher zu stellen. Im Fokus stehen in der Regel die späteren Konsumenten der Produkte. Nicht selten wird aber außer Acht gelassen, dass sich die neuen oder überarbeiteten Produkte zunächst am Point-of-Sale gegen eine Vielzahl von Wettbewerber-Produkten durchsetzen müssen, um überhaupt im Einkaufswagen der Shopper zu landen. Auch das beste Neuprodukt wird nicht erfolgreich sein, wenn es von den Shoppers im Markt beispielsweise gar nicht gefunden wird. **Mit unserem modular aufgebauten Launch Check unterstützen wir Sie, die für den Produkterfolg relevanten Hebel am POS zu justieren.**



LAUNCH CHECK: VORTEILE & BESONDERHEITEN

- **Faktenbasiert:** Das Potenzial des Produktes wird anhand relevanter KPIs sichtbar und dessen Erfolg kann valide prognostiziert werden.
- **Verbesserungspotenziale offenlegen:** Die Optimierungshebel können schnell identifiziert und direkt umgesetzt werden.
- **Ganzheitlich:** Die Einbindung sowohl der Konzept- als auch der POS-Perspektive ermöglicht die Gewinnung von erfolgsentscheidenden Insights aus unterschiedlichen Blickwinkeln.
- **Risiko-minimierend:** Wenig erfolgsversprechende Produktentwicklungen können frühzeitig erkannt werden und so die Erfolgsquote der Neuprodukte erhöht werden.

plan + impuls

Gesellschaft für Marktforschung & Beratung am POS mbH

Robert-Koch-Str. 1 | 80538 München

Tel +49 89 54 03 18 0 | Fax +49 89 54 03 18 11

Email: info@planundimpuls.de

www.planundimpuls.de



plan + impuls