

- Needs Identification
- Ideas Screening
- Concept Testing
- Product Optimisation
- Product Testing
- Post Launch

Price Optimisation

Intelligente Preisstrategien optimieren sowohl Absatz als auch Umsatz und realisieren Wachstumspotenziale

Dieses automatisierte Pricing-Tool stellt Ergebnisse bewährter Preisforschungsverfahren deutlich schneller als bisher zur Verfügung. Mit dem multi-methodischen Ansatz wird nicht nur die akzeptable Preisrange, sondern auch der optimale Preis für neue oder bestehende Produkte und Dienstleistungen ermittelt. Durch den Einsatz des integrierten Price-Scout-Segmentierungstools können zusätzlich Konsumentenmotivationen und preisrelevantes Entscheidungsverhalten analysiert werden, um passende Kommunikations- und Marketingstrategien abzuleiten.

Bewährte Pricing-Methoden

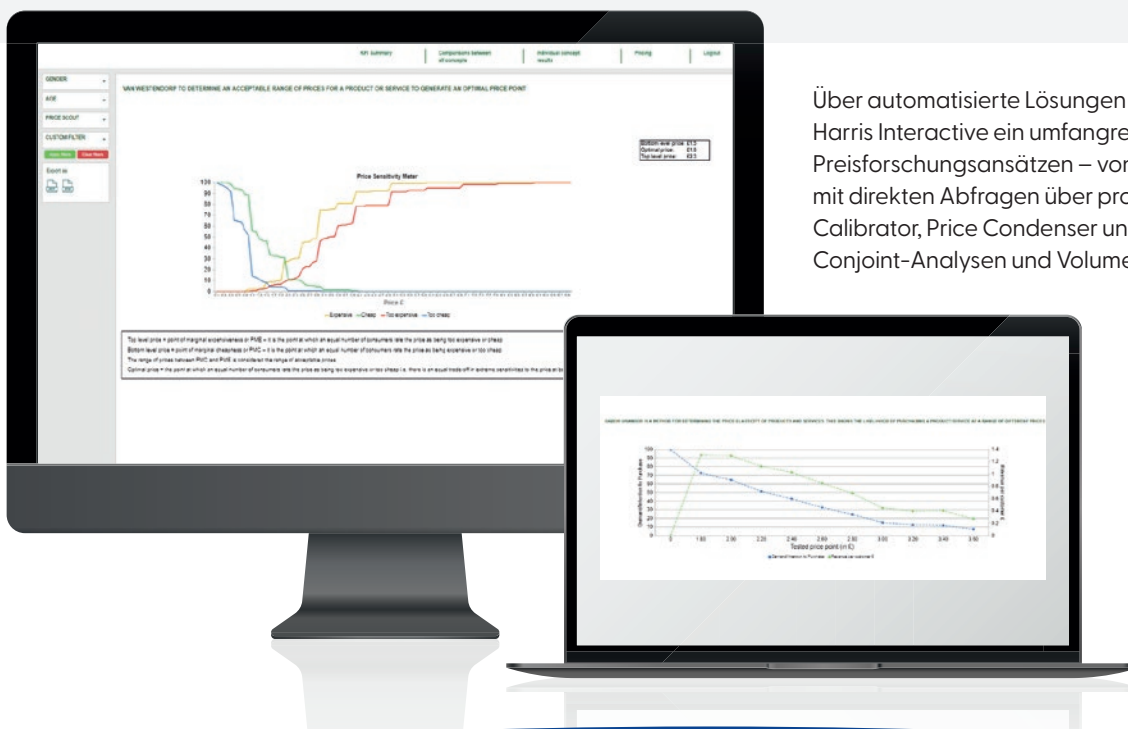
- Zwei der am häufigsten verwendeten Preisforschungsverfahren sind standardisiert einsatzbereit:
 - Van Westendorp/ Price Sensitivity Meter (PSM), um den optimalen Preis zu bestimmen, insbesondere bei Neuprodukten.
 - Gabor Granger, um die Preiselastizität zu ermitteln, vor allem bei Relaunches/ preisbezogenen Repositionierungen.
- Auch enthalten ist Price Scout, ein von Harris Interactive patentiertes Segmentierungstool zum Verständnis von Motivationen und preisrelevantem Verhalten.

Flexibilität trotz Standardisierung

- Das Tool bietet je nach Zielstellung verschiedene vordefinierte und sofort einsetzbare Fragebogenmodule.
- Es kann einzeln eingesetzt werden oder als Ergänzung zu bestehenden Studien.
- Jede Zielgruppe kann über unser globales Online-Panel schnell erreicht und befragt werden.

Schnellere Erkenntnisse

- Die durchschnittliche Projektdauer beträgt insgesamt eine Woche, wobei die Ergebnisse bereits 3 Tage nach Feldende im Dashboard verfügbar sind.
- Im interaktiven Dashboard lassen sich die erhobenen Daten nach Subgruppen sowie unseren Price Scout Segmenten leicht filtern.
- Unsere erfahrenen Marktforscher unterstützen Sie dabei, die besten Entscheidungen auf der Grundlage der Forschungsergebnisse zu treffen.



Über automatisierte Lösungen hinaus bietet Harris Interactive ein umfangreiches Portfolio an Preisforschungsansätzen – von traditionellen Ansätzen mit direkten Abfragen über proprietäre Tools wie Price Calibrator, Price Condenser und Price Scout bis hin zu Conjoint-Analysen und Volumetric DCM.