



taCon

Verpackungs- und Regal-Optimierung

CONdata Marktforschung GmbH
Viehoferstr. 26, 45127 Essen -Germany-
Tel.: +49-(0) 201- 36 53 8-0
Fax: +49-(0) 201- 36 53 8-16
www.condata-essen.de

Ein Produkt im Handel ist auf sich alleine gestellt. Hat es einmal seinen Platz im Regal gefunden, gibt es niemanden mehr, der sich um den Abverkauf „kümmert“. Kein Verkäufer empfiehlt z.B. die Schokolade einer bestimmten Marke um deren Abverkauf zu erhöhen, weil sie besonders gut schmeckt oder besonders preisgünstig ist. Die Hersteller haben, bis auf gewisse Regalpositionierungen, so gut wie keinen Einfluss auf den Abverkauf, wenn der Konsument vor dem Regal steht, um aus einer Menge an Produktangeboten das Produkt auszuwählen, welches er nun kaufen möchte.

Dem Shelf-Impact einer Verpackung kommt daher eine überdimensionale Bedeutung zu. Unter Shelf-Impact verstehen wir die gesamte visuelle Wirkung einer Verpackung im Regal.

Der Shelf-Impact einer Verpackung wird von einer Vielzahl von Faktoren beeinflusst:

Konkurrenz-Verpackungen, Haptik, Preise, Stellung des Regals im Raum usw. Eine Vielzahl dieser Faktoren ist dabei vom Hersteller nicht beeinflussbar.

Von allen für den Abverkauf wichtigen Faktoren ist die **Visibility** einer Verpackung der Faktor, der aktiv gestaltet und optimiert werden kann.

Die „Visibility“ einer Verpackung, die Fähigkeit schnell und unverwechselbar erkannt zu werden kann die Abverkäufe eines Produktes signifikant verbessern.

Einleitung

taCon testet:

- die Visibility:** wie schnell werden die Produktinformationen vor dem Regal im Wettbewerbsumfeld wahrgenommen.
- die Kaufentscheidung:** welche Produkte werden aus dem Regal bei gegebenen Preisen präferiert.
- die Regalplatzoptimierung:** an welcher Stelle des Regals werden die optimalen Ergebnisse realisiert.
- die Preisoptimierung:** bei welchen Preisen werden die meisten Produkte abverkauft.
- Die Verpackungsentscheidung:** welche Verpackung erzielt die besten Kommunikationswerte.

taCon,

Verpackungs- und Regal-Optimierung

taCon testet:

- die Kommunikationswirkung:** Welche Inhalte der Verpackung werden detailliert kommuniziert.
- die Internationalität:** tacon ist weltweit einsetzbar, somit können auch regionale und kulturelle Besonderheiten verschiedener Absatzmärkte berücksichtigt werden.

taCon,

Verpackungs- und Regal-Optimierung

taCon ist...

eine neue Methode, die den gekoppelten Einsatz von quantitativer und qualitativer Forschung ermöglicht

Ø individuelle Ansprüche können durch die Mischung standardisierter und unstandardisierter Vorgehensweisen erfüllt werden

Ø kostengünstige und genaue Ergebnislieferung

taCon wird eingesetzt bei allen Fragen bzgl...

Ø Durchsetzung im Regal

Ø Aufmerksamkeitswirkung

Ø Positionierung

Ø Verpackungsprägnanz

Ø Markenwahrnehmung

Ø Markenakzeptanz

Ø Image- und Produktwahrnehmung

Ø Preisakzeptanz

taCon,

Verpackungs- und Regal-Optimierung

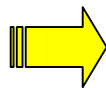
Bei taCon wird die Kaufentscheidungssituation am Point of Sale simuliert, indem ein Verkaufsregal in Originalgröße fotografiert wird, und auf einer speziellen Leinwand projiziert wird. Der Proband steht vor dem Regal-Foto und hat, da es in Originalgröße präsentiert wird, den selben optischen Eindruck wie im Geschäft. Aufgrund der hohen Auflösung des Fotos wird auch der haptische Eindruck simuliert.

Die Fotos haben eine sehr hohe Auflösung, so dass auch kleinste Schriftgrößen gut zu erkennen sind. Halt wie im Geschäft.

Die Testprodukte werden an verschiedenen Regalpositionen plziert und anschließend fotografiert. Auch Preisauszeichnungen können beliebig variiert werden.

Vorgehensweise

Zur Steuerung der verschiedenen Einblendungszeiten haben wir ein elektronisches Bauteil entwickelt, dass an einen Computer angeschlossen werden kann, um so eine sekundengenaue Einblendung der Fotos zu steuern.



Effektive Messung der Marken- und der Produktwahrnehmung im Regal, der Informationsaufnahme sowie der Farbwirkung



Vorgehensweise

Detaillierte Darstellung der Regalin-
formationen in einem Foto



Vorgehensweise

Unterteilung der Probanden in Sub-Samples.

In jeder Gruppe werden die Testprodukte in einer anderen Position im Regal dargestellt.

Kurzeinblendungen werden jeweils 2, 4 und 6 Sekunden präsentiert.



Vorgehensweise

taCon liefert Antworten auf Ihre Fragen:

Wie optimiere ich die Positionierung meiner Produkte? Ob Sie nun neue Produkte einführen wollen oder bereits etablierte ins rechte Licht rücken wollen.

Wie hoch ist die Durchsetzung meiner Verpackung im Regal? Sie haben eine neue Verpackung für Ihr Produkt und wollen die Wahrnehmung testen oder Sie möchten einfach wissen, wie kann ich die jetzige optimieren.

Welchen Marktanteil erziele ich mit einem neuen Produkt nach der Einführung? Wir ermitteln eine genaue Erstkauftrate und sagen Ihnen wie viel Ihres Produktes nach Einführung abgesetzt werden kann.

Wie wird meine Marke wahrgenommen? Sie bekommen die Antwort auf alle Fragen rund um Markenwahrnehmung, Markenakzeptanz, Markenimage usw.

taCon,

Verpackungs- und Regal-Optimierung

CONdata liefert Ihnen alles aus einer Hand:

Wir erstellen die Regal-Fotos mit den Wettbewerbsprodukten und Ihren Testverpackungen, wir rekrutieren die Probanden, wir führen die Befragungen in unserem Studio durch. In einem Beobachtungsraum können Sie die Befragungen und die Wirkungen Ihrer Verpackung live beobachten.

Die Vorteile für Sie liegen auf der Hand:

-taCon liefert schnelle zuverlässige Ergebnisse.

-tacon ist auch international einsetzbar.

-tacon ist flexibel einsetzbar, effizient und kostengünstig.

taCon,

das Marktforschungs-Tool zur Regal-Optimierung von Verpackungen



**Bei Fragen stehen wir Ihnen
gerne zur Verfügung:**

CONdata Marktforschung GmbH

Viehofer Straße 26, 45127 Essen

Telefon: 0201/365380

Telefax: 0201/3653816

Mail: Info@condata-essen.de

Page: www.condata-essen.de

Ansprechpartner:

Uwe Jungius, Sabine Lehmann

taCon,

**das Marktforschungs-Tool zur Regal-Optimierung von
Verpackungen**

Über CONdata: www.condata-essen.de

- Wir bieten Ihnen alle erforderlichen Facilities eines Marktforschungsprojektes aus einer Hand: Konzept- und Designerstellung, Fragebogenentwicklung, Durchführung der Feldarbeit (Face-to-face, Cati, online), Codierung-Datenverarbeitung-Analyse, anschauliche Berichte und Ergebnispräsentationen ganz nach Ihren Wünschen (auch in Englisch)!
- Unser Test-Studio befindet sich in einer der größten Einkaufsstraßen in Essen und bietet somit die optimalen Bedingungen an Infrastruktur und Probandenfrequenz für die Durchführung jeglicher Form von Studien.
- Die Stadt Essen bietet als Kulturhauptstadt alles, was für Ihre Zielgruppe relevant ist.
- Ihr Komfort bei der Durchführung von Marktforschungsstudien ist unser wichtigstes Ziel. Sie behalten jederzeit die Kontrolle und können in allen Phasen Ihres Projektes entscheidenden Einfluss nehmen!
- Seit unserer Gründung im Jahre 1994 verpflichten wir uns der engagierten Marktforschung zum marktfähigen Preis, und heute sind wir DER Ansprechpartner für Sie, wenn es um die Durchführung aller gängigen qualitativen und quantitativen Methoden, auf nationaler wie internationaler Ebene geht. Um stets Aktualität gewährleisten zu können, pflegen wir zudem einen intensiven Dialog mit Lehre und Forschung.
- Im Rahmen unseres Qualitätsmanagements legen wir besonderen Wert auf: international einheitliche Standards, aufwendige Auswahl und Instruierung der Interviewer, auch nach Ihren Wünschen, intensive Mitarbeiterschulungen, projektbezogene Einweisung der Mitarbeiter vor jeder Untersuchung, leistungsorientierte Mitarbeiterbezahlung, Diversitätskonzepte.
- Wir bieten Ihnen eine breite Anzahl innovativer Dienstleistungen in genauer Abstimmung auf Ihre individuelle Marktposition. Marktforschungs-Studien und Analysen streifen immer mehrere Entscheidungsebenen eines Unternehmens bspw. Unternehmensstrategie, Produktentwicklung, Vertrieb und Marketing. Wir wollen alle Unternehmensfunktionen verstehen (lernen) und in unseren Untersuchungsdesigns berücksichtigen.

Über CONdata: www.condata-essen.de

•Wir verfügen über umfangreiche Erfahrungen in den Bereichen:

- Marktanalysen
- Wettbewerbsanalysen
- Imageanalysen
- Standortanalysen
- Werbeerfolgsanalysen
- Kundenzufriedenheitsanalysen
- Produkttests
- Werbemitteltests
- Mitarbeiterbefragungen
- Point-of-Sale Befragungen
- Werbeerfolgsanalysen
- Messeerfolgsanalysen
- Multimediabefragungen

•Aus unserem breiten Tätigkeitsspektrum ergibt sich eine Vielzahl von Methoden, welche wir in Absprache mit unseren Kunden natürlich auch modifiziert oder kombiniert anwenden, um bestmögliche Resultate zu garantieren, denn Flexibilität ist unsere Stärke! Gerne werden wir Sie bezüglich Ihrer individuellen Anforderungen beraten.

•Unser Befragungs-Equipment:

- 20 Studioplätzen für Ihre Tests
- 2.000 geschulte Interviewer bundesweit
- eigenes CATI-Studio
- Gruppendiskussionsraum
- eigenes Rechenzentrum