

CONTEXT IS KING: Wie man Innovationen im realistischen Kontext testet

*"Let's stop testing innovations in
isolation"*

WEBINAR marktforschung.de

31. März 2022



SKIM

decision behavior experts

SKIM Referentinnen



Jessica Rainalter

Associate Director, SKIM Berlin

Schwerpunkt: Innovation, Shopper & Conjoint

♥ Landschaftsfotografie in den Bergen



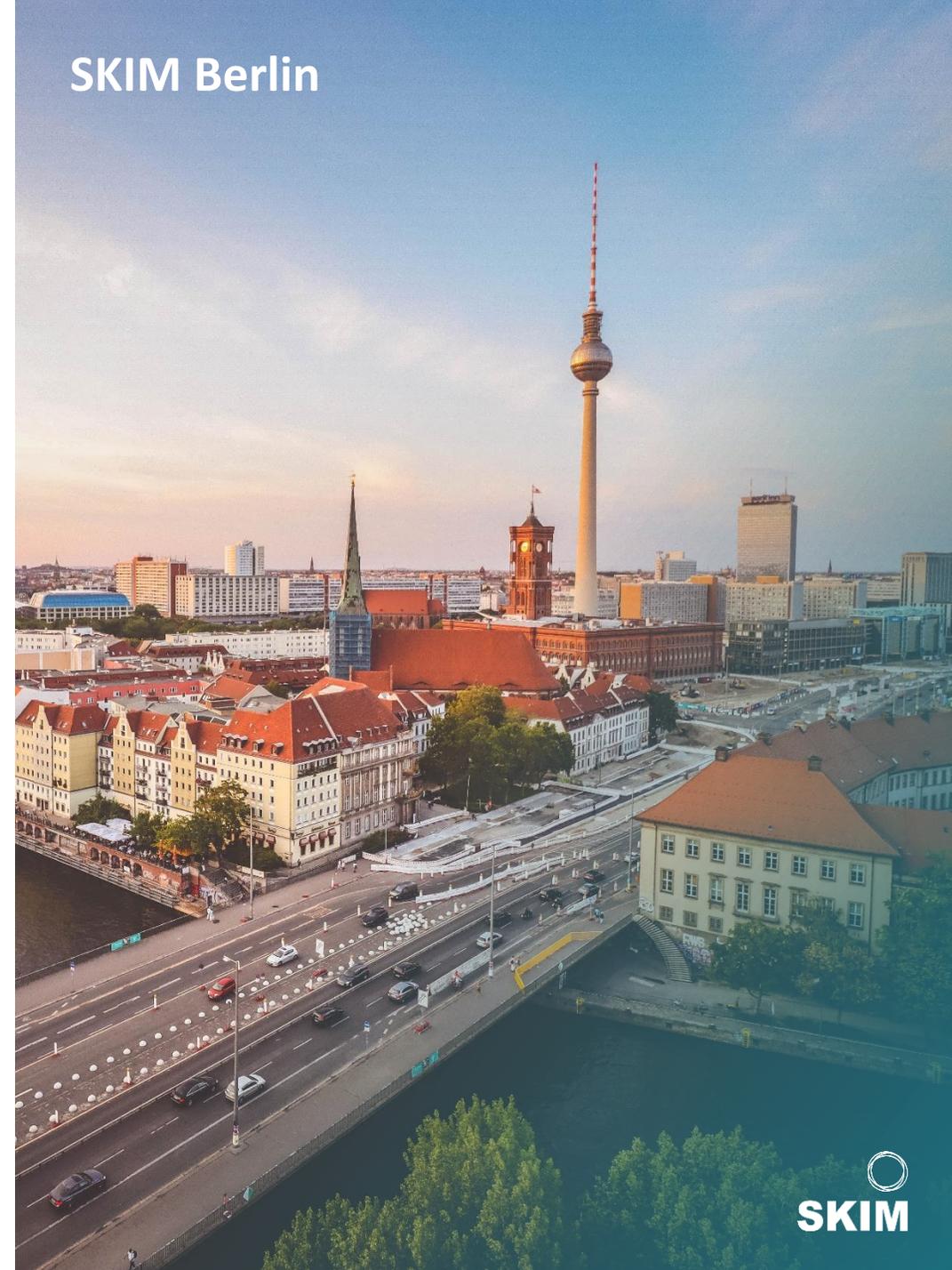
Jelena Langerbeins

Analyst, SKIM Berlin

Schwerpunkt: Kommunikation & Innovation

♥ Yoga und neuerdings Hobby-Gärtnerin

SKIM Berlin



Worüber sprechen wir heute?



- 1 | Die Herausforderung
- 2 | Der Status Quo
- 3 | Realistischen Kontext schaffen
- 4 | Best Practices

Die Herausforderung
Innovationen zu
identifizieren und zu
launchen





Das Kaufumfeld ist stark umkämpft und "overwhelming"...

PLACE OF SHOPPING



Gesättigte Märkte

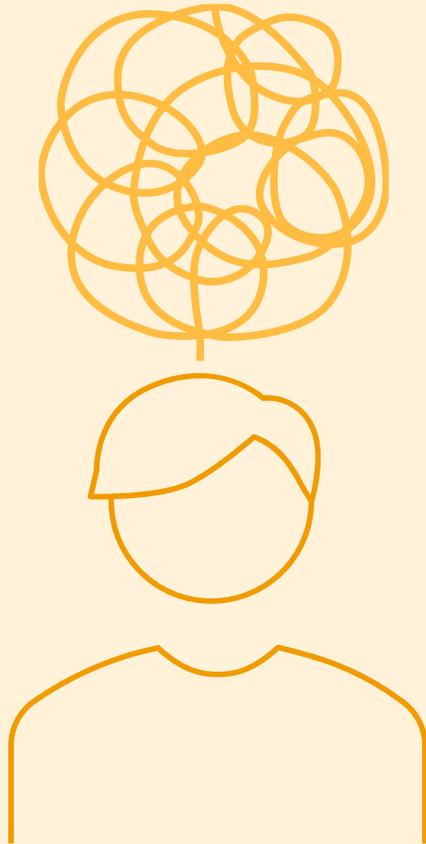


Starkes Wettbewerbsumfeld

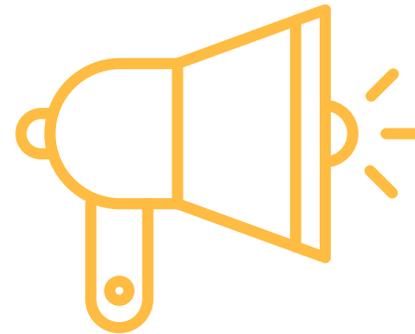


Volle Regale – offline & online

...ebenso wie die Werbelandschaft



PLACE OF MESSAGING



Werbe-Dschungel /
Ad Clutter

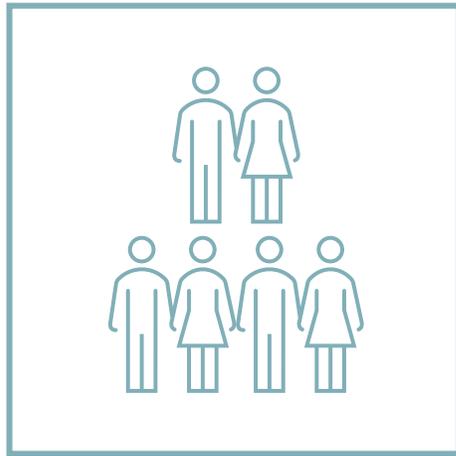


Wenige oder keine
Marken-Assoziationen

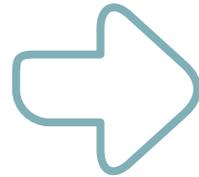
Der Status Quo der
Innovationsforschung &
damit verbundene
Risiken



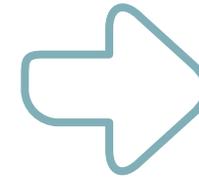
STATUS QUO: Testen in Isolation



Screeener



Einblendung Innovation /
Konzept



KPIs & Evaluierung

STATUS QUO: Testen in Isolation



Screeener

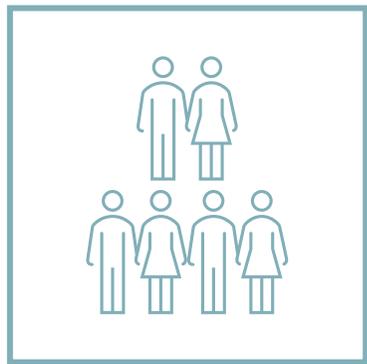


Einblendung Innovation /
Konzept



KPIs & Evaluierung

Doch schätzen wir das Potenzial unserer **Innovation** richtig ein?



Screener

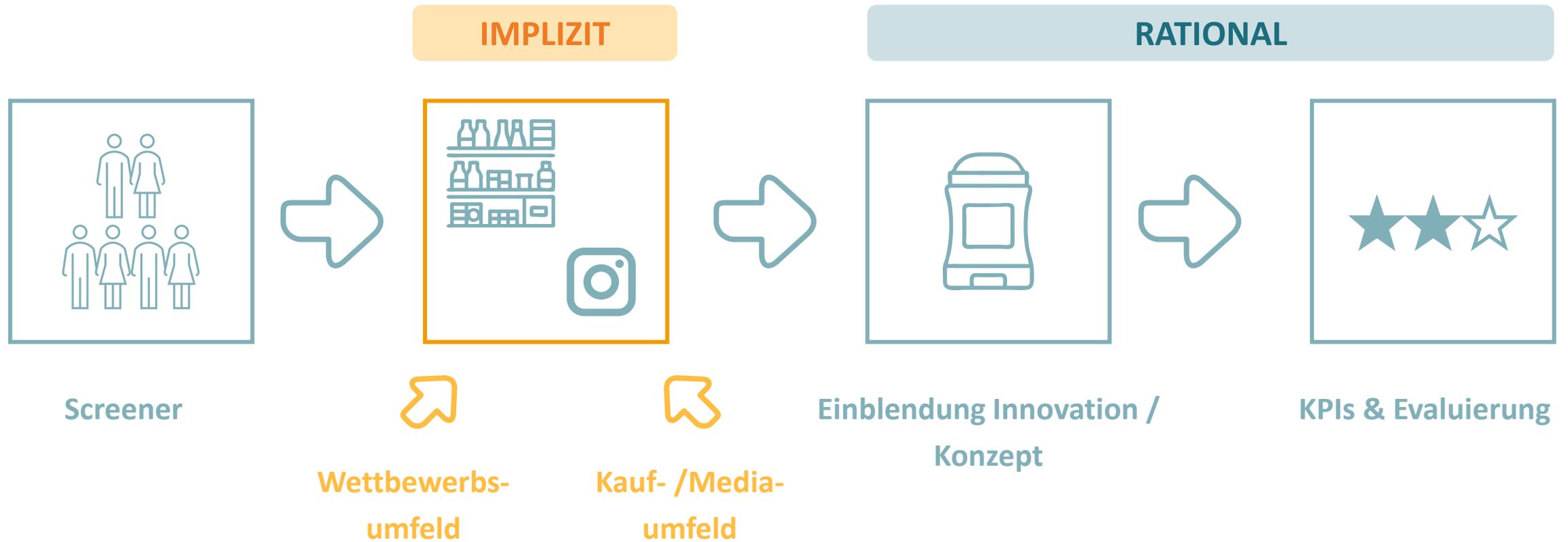


Einblendung Innovation /
Konzept



KPIs & Evaluierung

Alternative: Testen mit Kontext



WARUM?

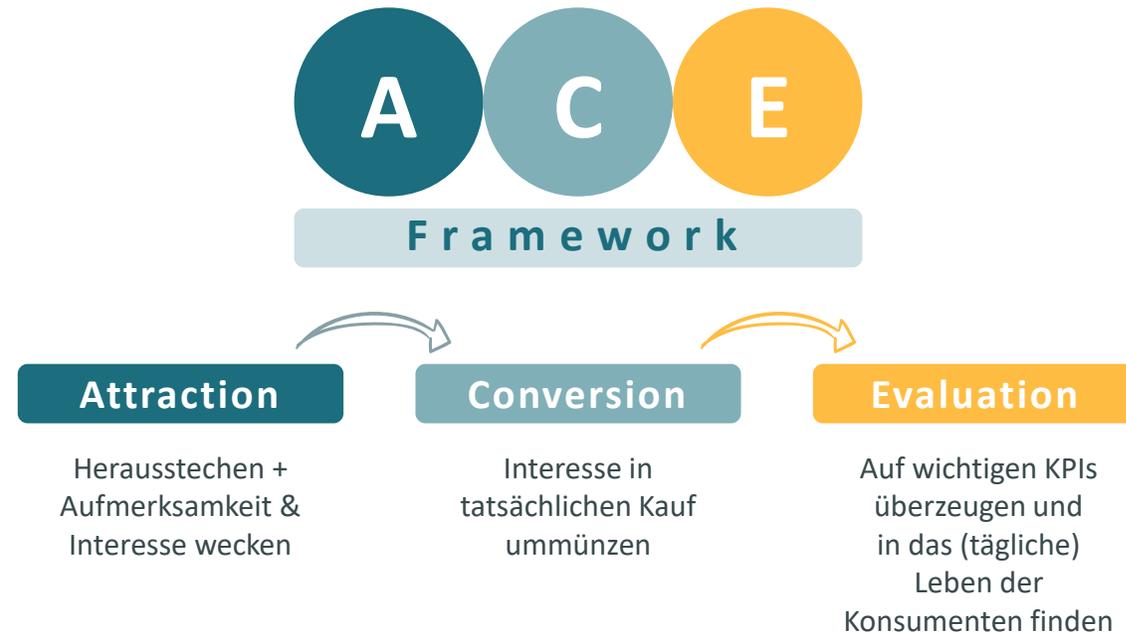
Um potenziell
falsche **Innovations-**
Business-
Entscheidungen zu
vermeiden

WIE?

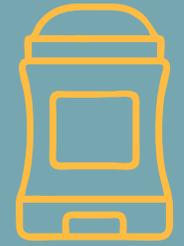
"Härteres" Maß

Frühes Erkennen von Potenzial im realistischen Kontext

Rationale & implizite KPIs berücksichtigen:



Einen realistischen
Kontext schaffen, aber
wie?



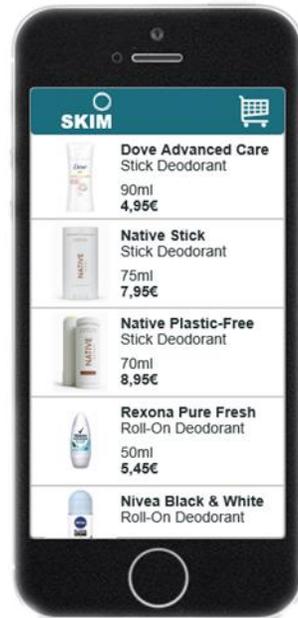
“

**Let's stop testing innovations
in isolation**

”

WIE?

eCommerce



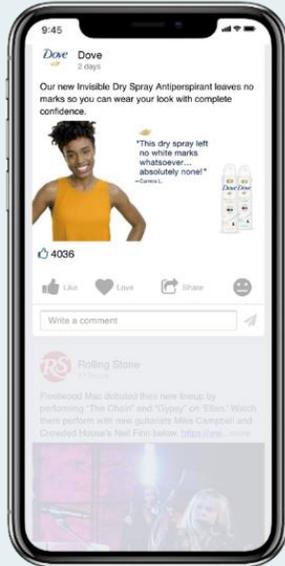
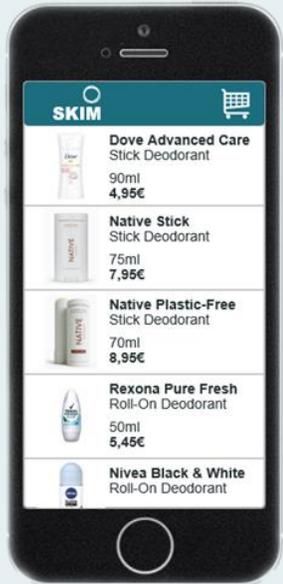
Virtual Shelf



Social Media



Entscheidungs- kriterien...



...um den richtigen Wettbewerbskontext zu identifizieren

- **Wo stehen wir gerade?**
Idee / Insight / Mehrere Konzepte / (Fast) finales Konzept / Kommunikation?
- **Was ist die Business-Frage?**
Screening / Priorisierung / Finalisierung?
- **Welche Zielgruppe sprechen wir an?**
Breite Masse / GenY+Z?
- **Was ist ein realistisches Launch-Szenario?**
Social first / online-lastig / starkes ATL / keine Komm?

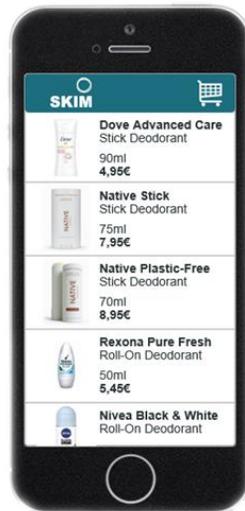
Es gibt aber auch klassische Kombis:



Es gibt aber auch klassische Kombis:



eCommerce



Virtual Shelf



Social Media



4 Best practices



1a| Innovation Potenzial (FMCG)

1b| Innovation Potenzial (Tech)

2| Preis & Sortiment

3| Ideen oder Insights

PRIORISIERUNG KONZEPTE

Konzept A

Native Deo Stick



75ml
7,95€

Das Deo von Native bietet zuverlässigen Schutz über den ganzen Tag und lässt sich traumhaft einfach auftragen.

Es enthält nur Inhaltsstoffe, die du kennst und verstehst wie Shea Butter und Natron, sowie niemals Aluminium, Phthalate oder Talk.

Welche(s) Konzept(e) für weitere Entwicklungsschritte?

Priorisierung



Rationale & implizite
KPIs



Effizient

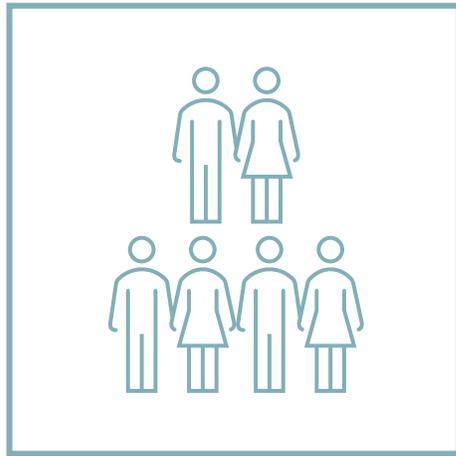


Benchmark ggü.
echten Alternativen

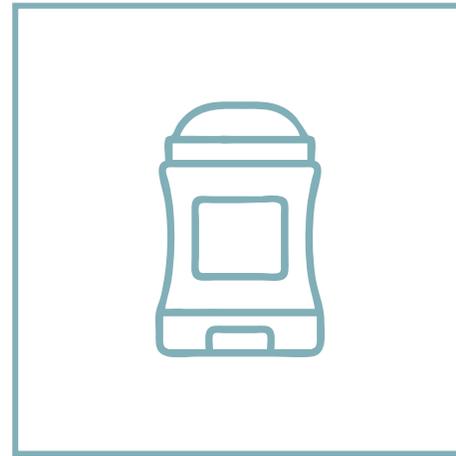
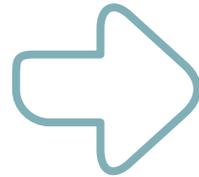


Optimierungs-
Input

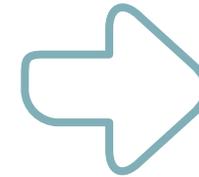
STATUS QUO: Testen in Isolation



Screeener

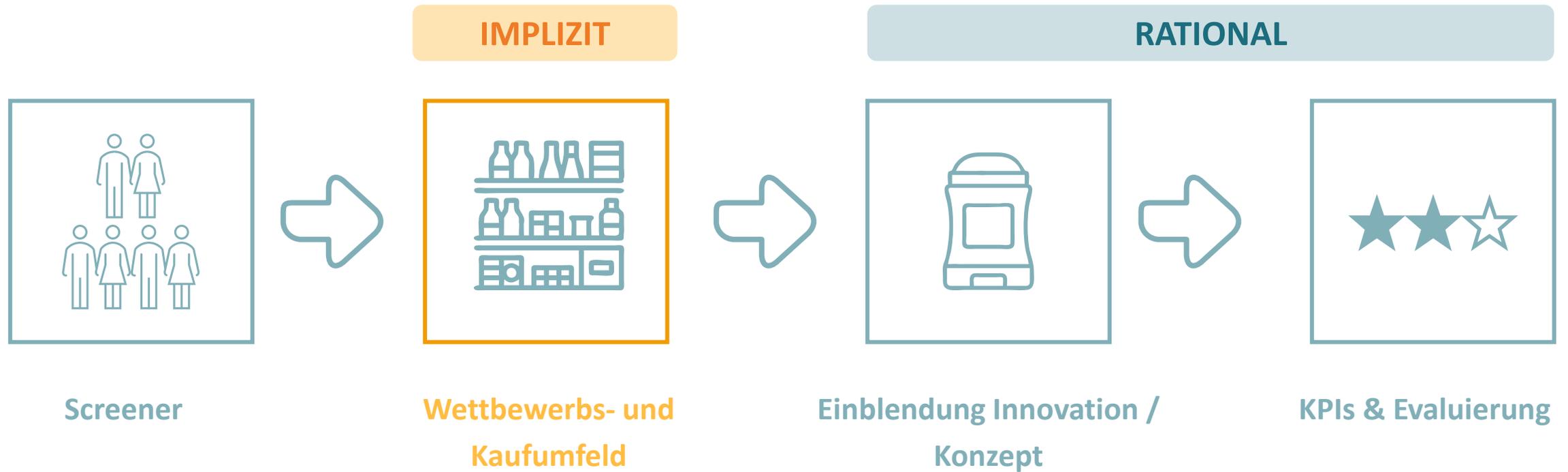


Einblendung Innovation /
Konzept



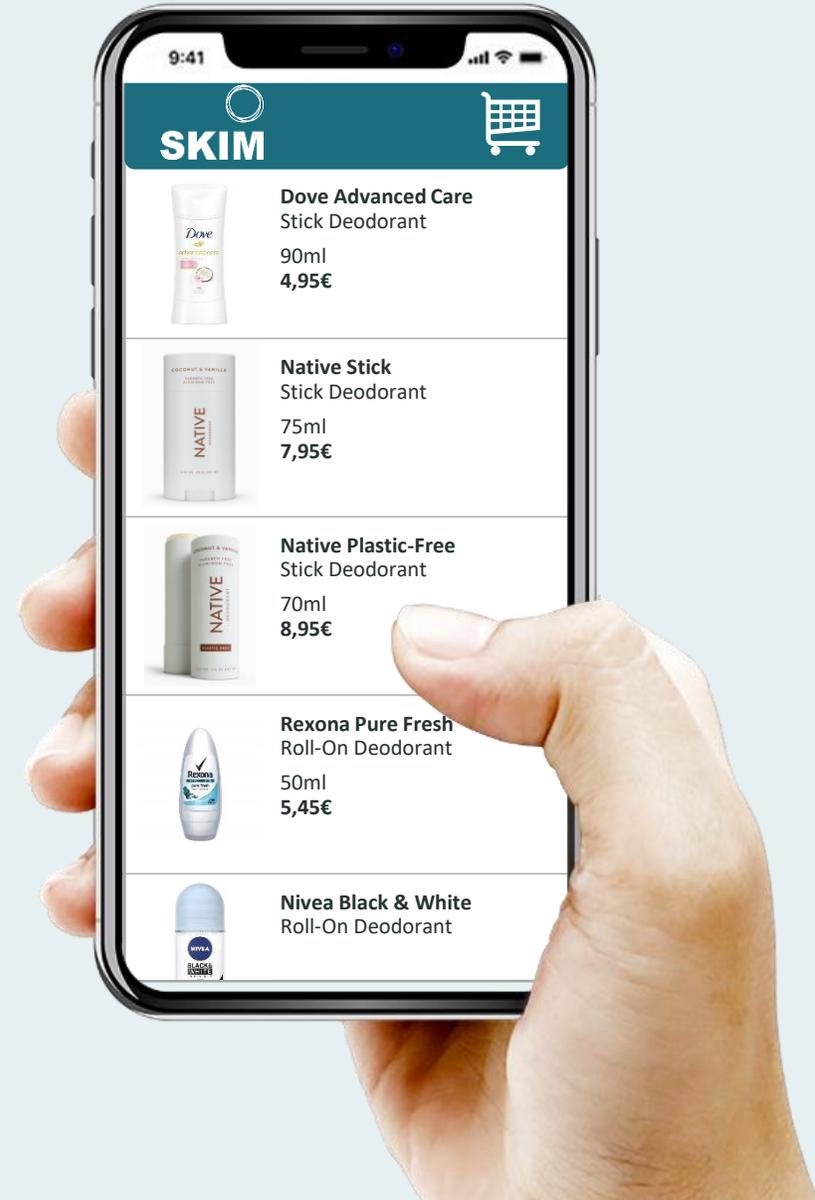
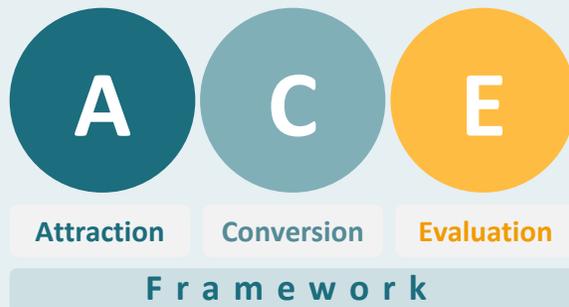
KPIs & Evaluierung

Alternative: Testen mit Kontext





ist eine innovative, realitätsnahe Lösung für das Testen von Konzepten im Wettbewerbs-umfeld, basierend auf dem ACE-Framework



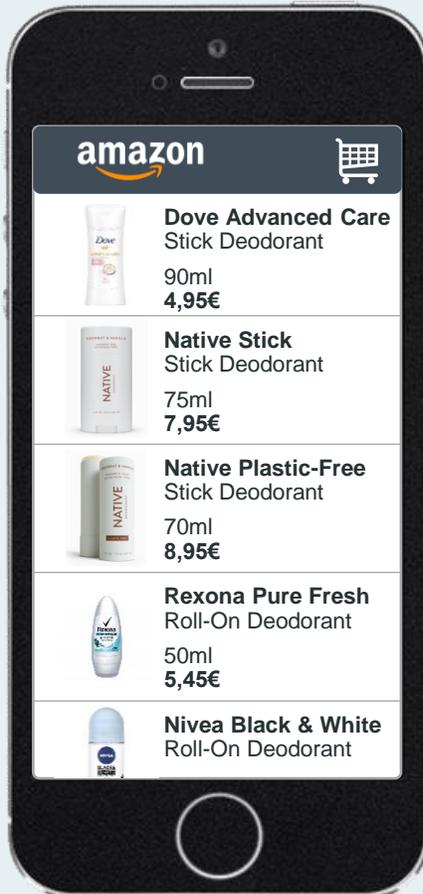
Fragebogen

Hier wird erst das
ganze Konzept
gezeigt!



SCREENING

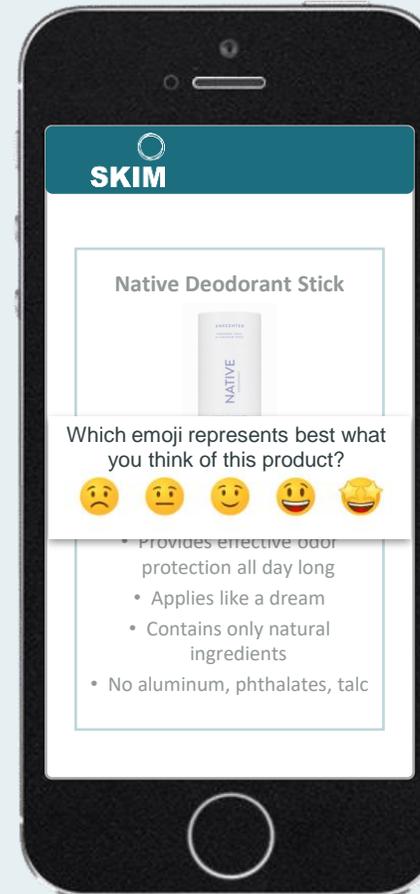
eCommerce "Regal"
inkl. Wettbewerb



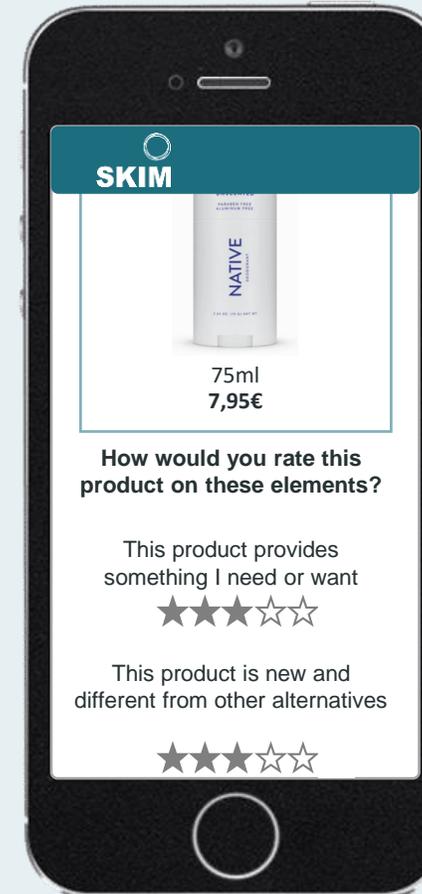
Pop-up kurze
Produkt-Beschreibung



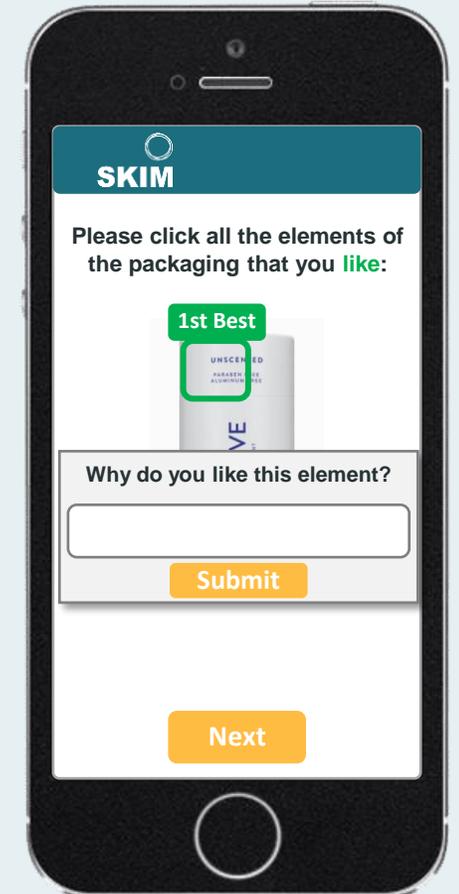
Emoji spontane
emotionale Reaktionen



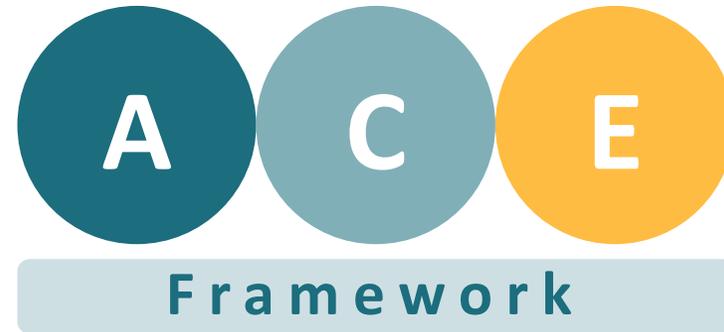
Rationale KPI
Bewertung



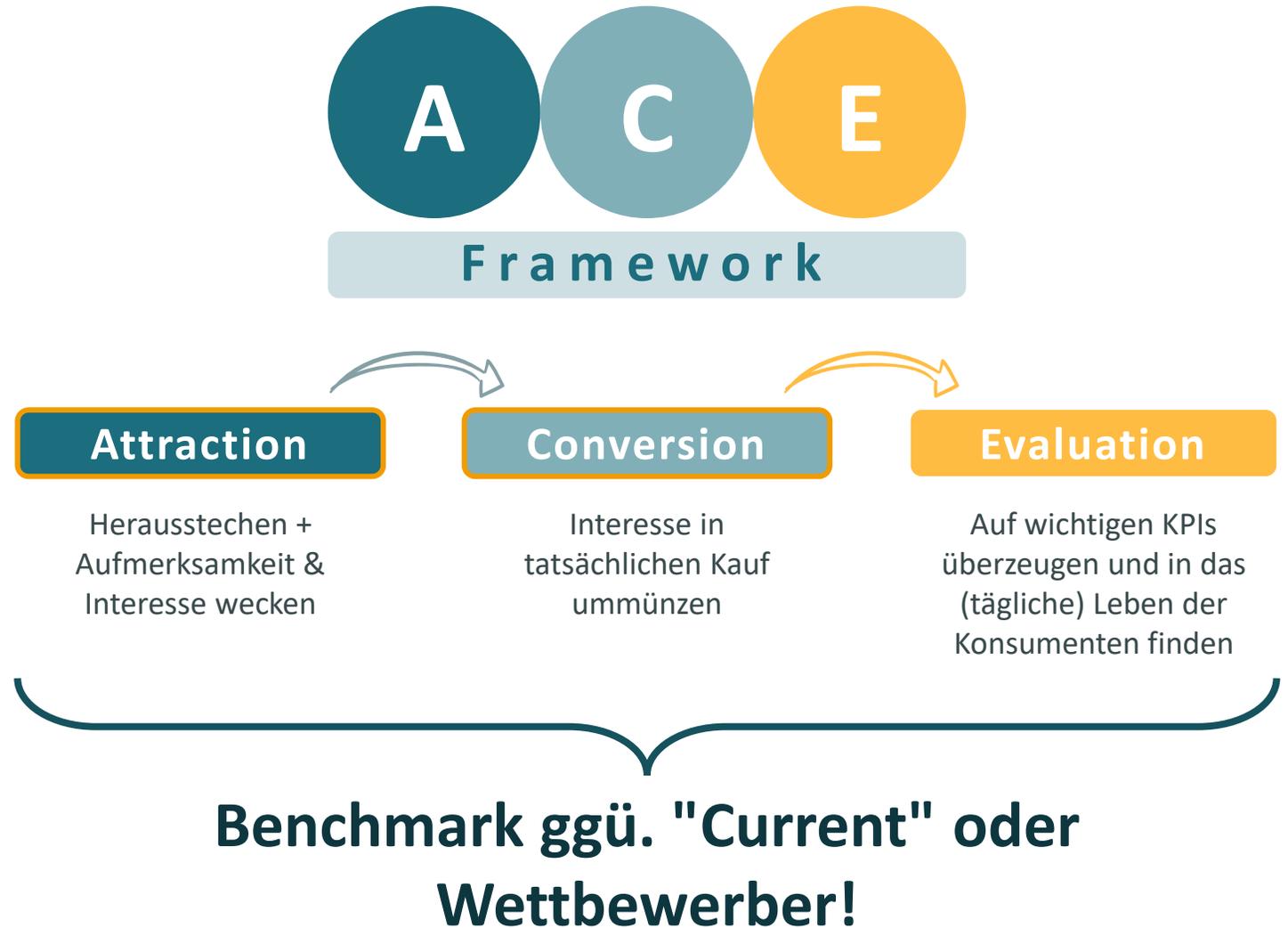
Konzept / Pack Deepdives
(z.B. Heatmaps)



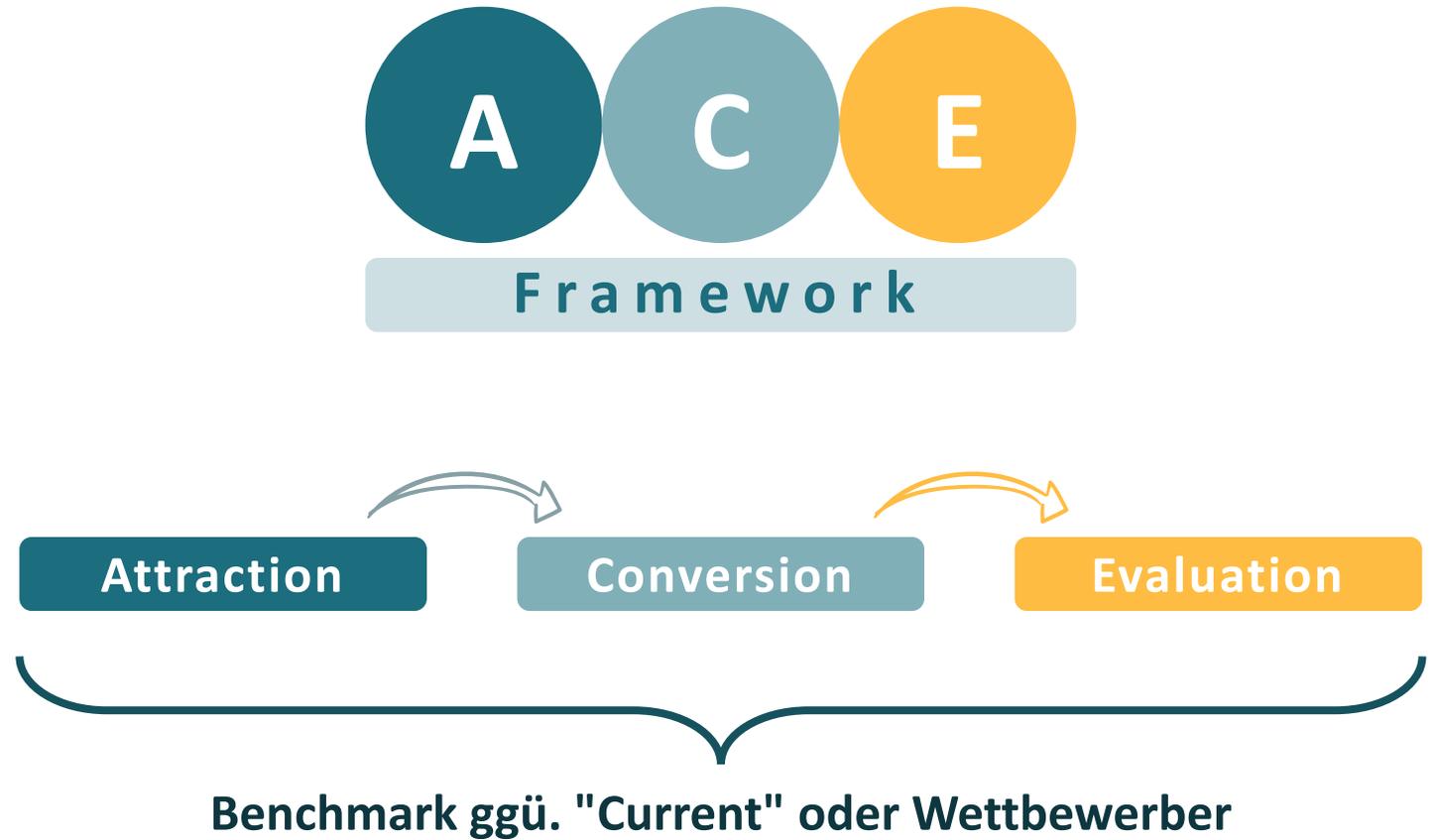
Eine erfolgreiche
Innovation muss
Verhaltens-muster
aufbrechen...



...und gegen echte,
existierende
Alternativen
'benchmarked'
werden



...und gegen echte,
existierende
Alternativen
'benchmarked'
werden



Action Standards sind unterschiedlich für
NPDs (win ↗) oder Relaunches (keep →)

PRODUKTE & KONZEPTE - TECH

Bitte wählen Sie das Produkt aus, das sie am ehesten kaufen würden.

Melitta Caffeo Solo®



One Touch Funktion
Double Cup Mode
Nur 20cm Breite

€199,00

Auswählen

Siemens EQ.6+ S700



OneTouch DoubleCup
SensoFlow System
CoffeeSelect Display

€249,00

Auswählen

Tassimo MY WAY 2



Sensor Touch
Ein-Knopf-Bedienung
Mit BRITA Wasserfilter

€169,00

Auswählen

Nespresso Inissia



2-Tasten-Funktionalität
19 Bar Druck
Direktwahltasten

€116,00

Auswählen

Senseo CSA210/20



Direktstartfunktion
Eine oder zwei Tassen
Crema Plus Technologie

€99,00

Auswählen

Severin KA4813



LED-Touch-Display
Mit Blooming-Funktion
Mahlgrad einstellbar

€164,00

Auswählen

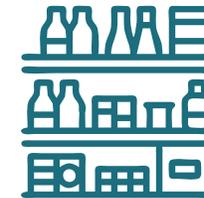
Würden Sie dieses Produkt wirklich kaufen?

Ja

Nein

Welche Features, Benefits, Preise sind die richtigen?

Wettbewerbs-
Kontext



Portfolio-
optimierung



Benchmark ggü.
echten Alternativen



Den optimalen Preis
identifizieren

PREIS oder SORTIMENT

Native Deo Stick



75ml
€ ?

- *Erhältlich in Drogeriemärkten*
- *Auf dem Regal neben anderen Sticks*
- *Erwartete Distribution nach 6 Monaten: 40%*

Welcher Preis ist der richtige?
Wie beeinflusst er die Marke oder das Sortiment?

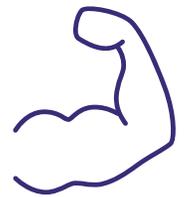
(Fast) finales
Produkt



Realistisches
Einkaufsszenario



Unabhängigkeit

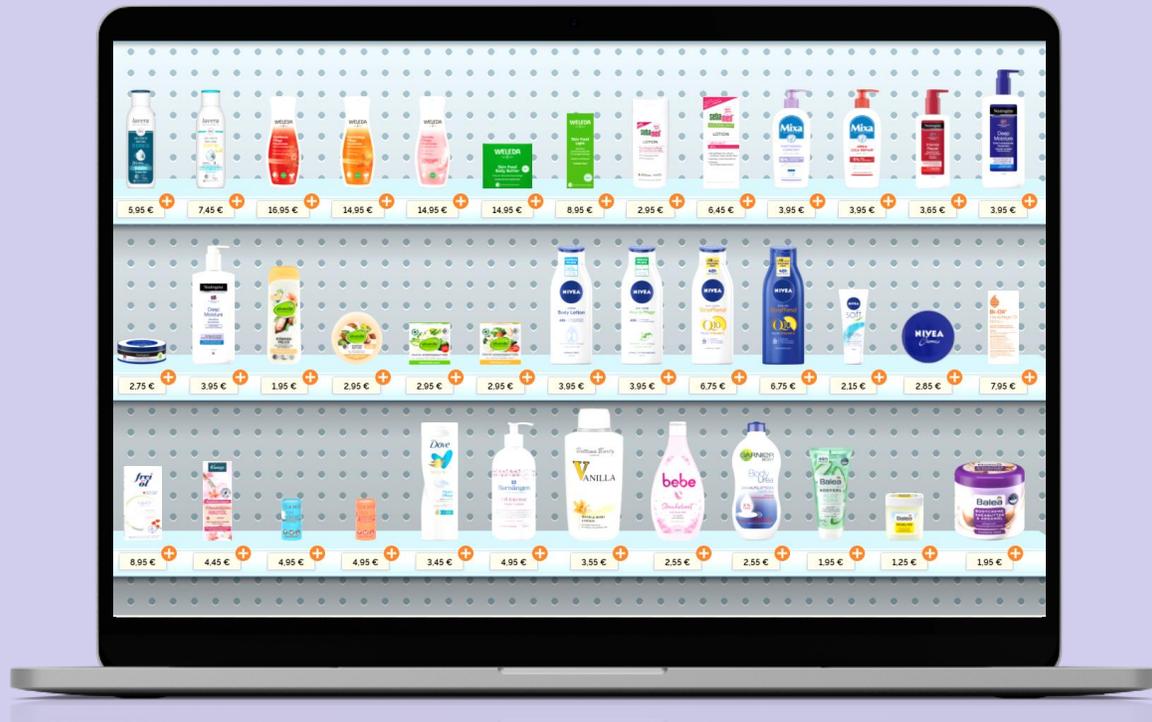


Konkrete
Empfehlungen



Markt-
Simulationen

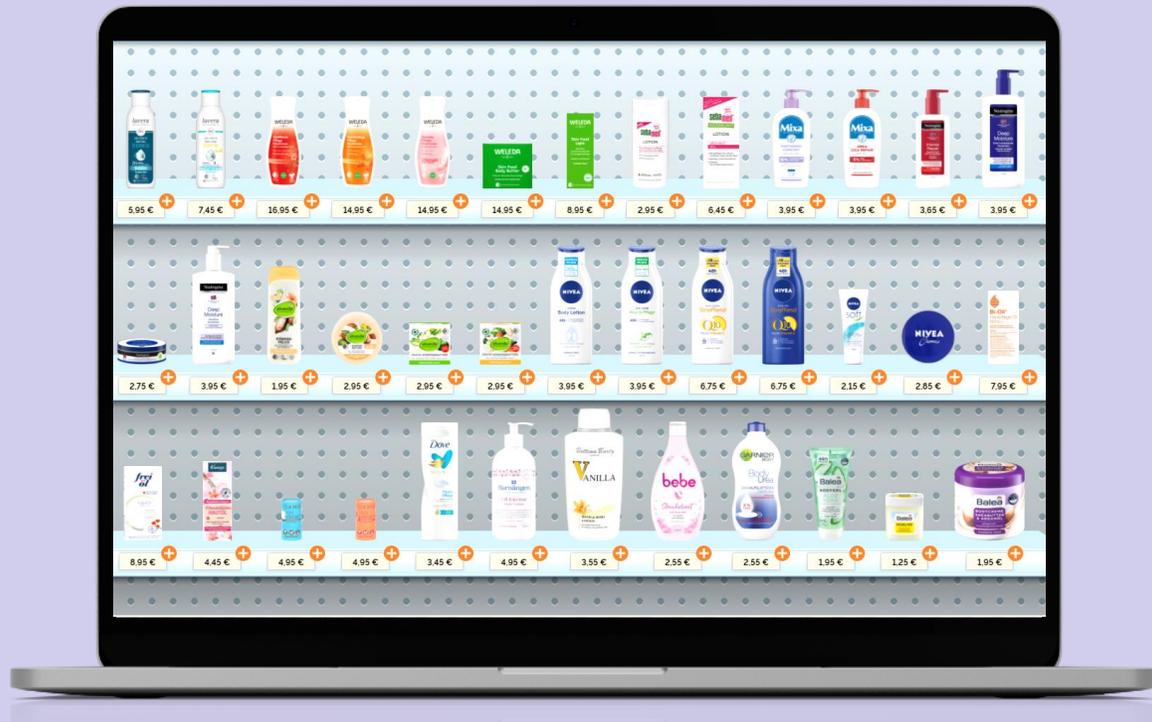
Ja zum Testen im realisti-schen virtuellen Regal...



... um Folgendes zu vermeiden:

- ✘ Direkte Einblendung & 100% Aufmerksamkeit
- ✘ Direkte Preisabfrage
"Wie viel würden Sie für ... zahlen?"
- ✘ Kein Wettbewerbs- oder Kategorie-Kontext
- ✘ Entscheidung treffen ohne echte Abwägungen ("Trade-Offs")

Ja zum Testen im realisti-schen virtuellen Regal...



... um Folgendes einzubeziehen:



Kontext-basierte Daten



Unterbewusste Abwägungen



Kannibalisierung



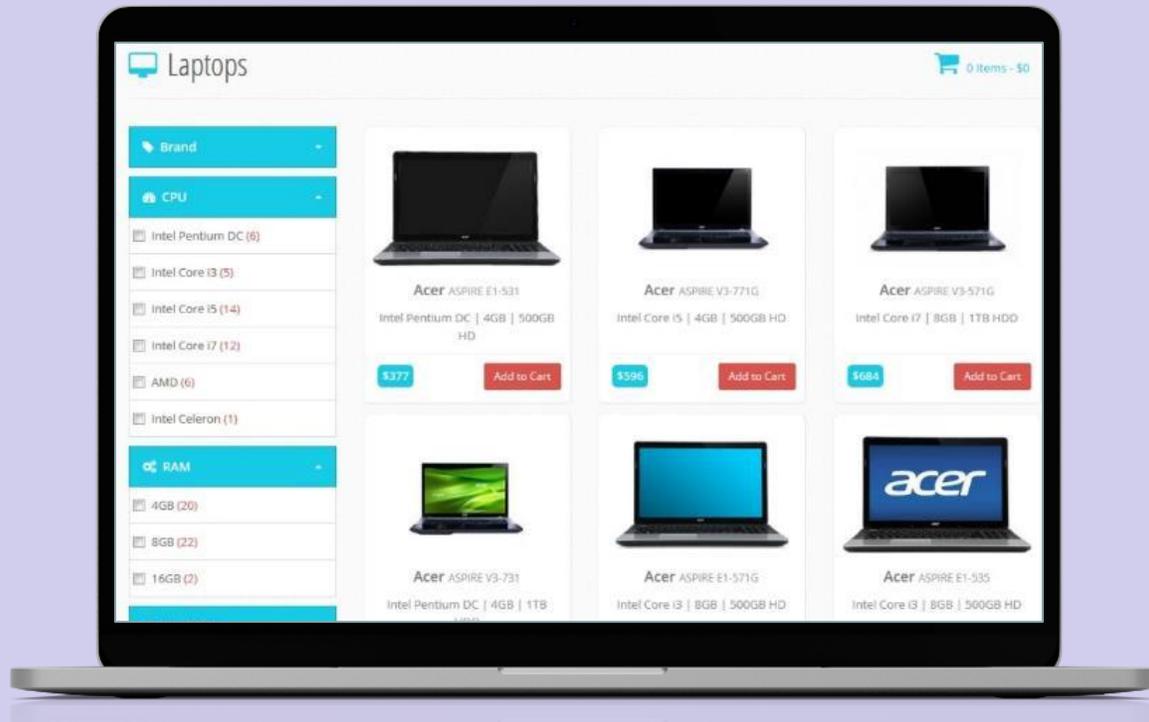
Switching / Substitute



Marktanteil-Berechnungen

Ja zum Testen im realisti-schen virtuellen Regal...

Kann auch ein realistisches eCom 'Regal' sein!



**z. B. FILTER
CONJOINT**



... um Folgendes einzubeziehen:



Kontext-basierte Daten



Unterbewusste Abwägungen



Kannibalisierung

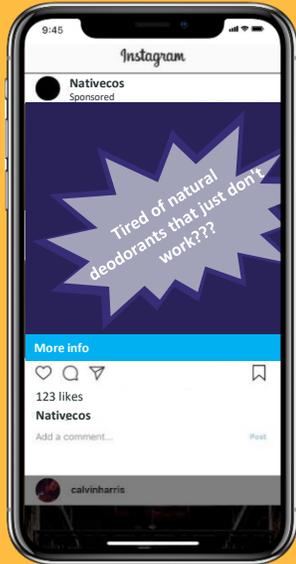


Switching / Substitute



Marktanteil-Berechnungen

IDEEN oder INSIGHTS



Reagiert meine Zielgruppe auf meine Idee?
Identifizieren sie sich mit meinem Insight?

'Early stage'



Social first



Implizit & explizit



Aber warum ein Social Media Feed?

Zur Vermeidung von:



Direkte Einblendung =
unrealistische 100%
Aufmerksamkeit



Kein natürliches (Werbe-
)Umfeld

WIE?

A natural deodorant,
which is effective and
contains
only well-known
ingredients and
no aluminum.

A deodorant without any
nasties that works?

YES PLEASE!

- Odor protection all day
- Only ingredients you know
- No aluminum

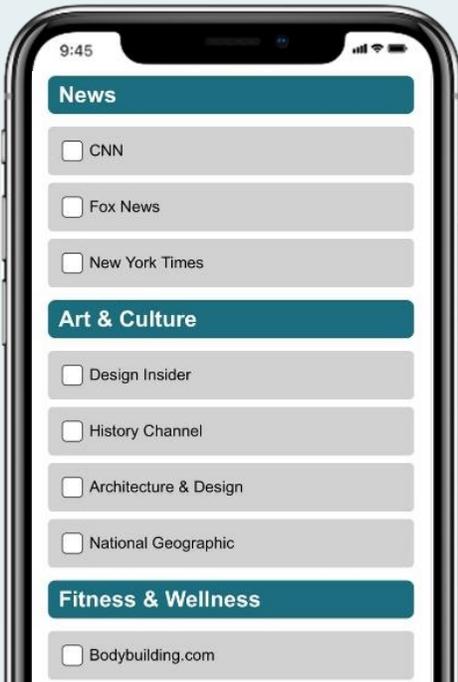


DigiFeeds drei Module



Interessensgebiete

Identifizierung Interessensgebiete des Befragten, sodass der Feed personalisiert werden kann



Freies Scrollen

Die Befragten können frei scrollen und jede Handlung / Aktion, Zeit und Klick wird aufgezeichnet

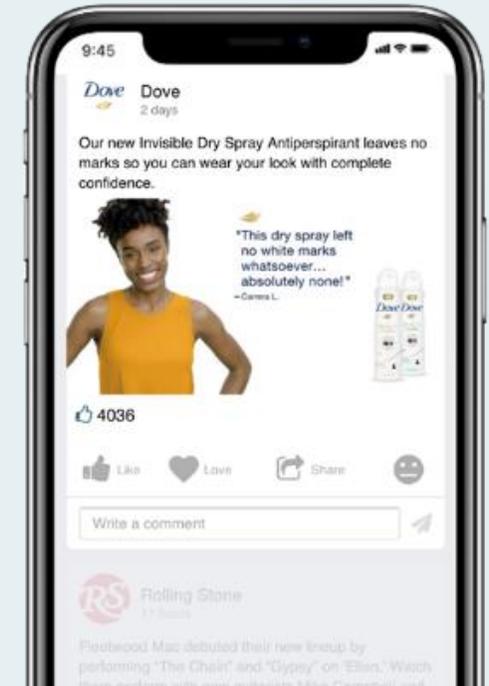
- Stopping Power -



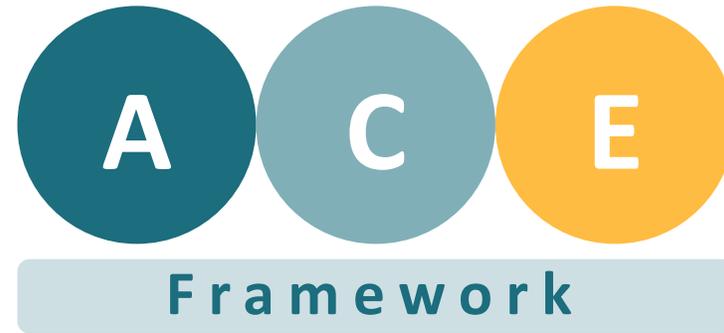
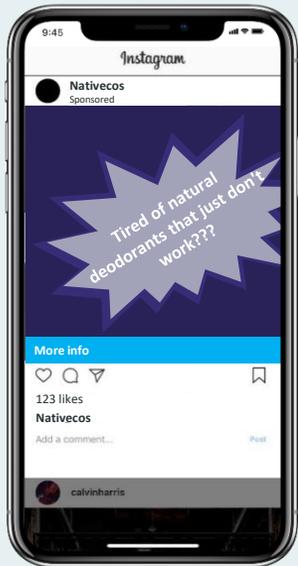
Erzwungenes Scrollen

Der Feed wird aktualisiert und funktioniert wie zuvor, aber die Interaktion mit dem (Test) Stimuli ist erforderlich

- Engagement -



ACTION STANDARDS

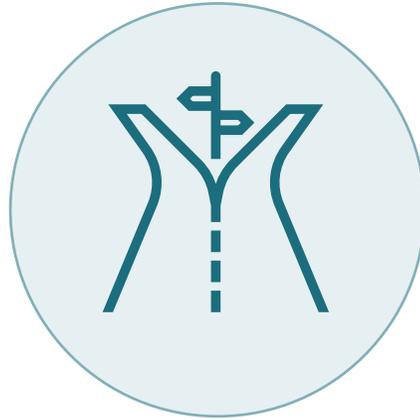


Die Moral von der Geschichte'

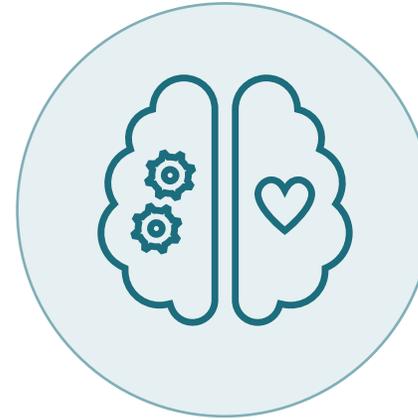
Key Takeaways



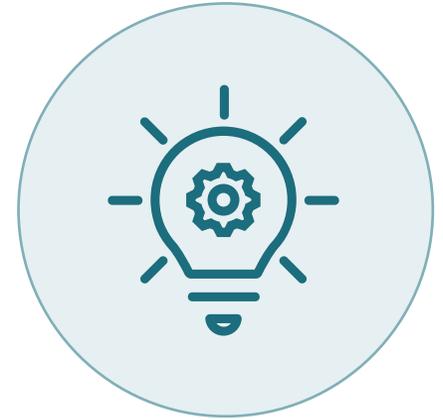
Um erfolgreich zu sein,
muss eine Innovation
zuerst die
Aufmerksamkeit der
Konsumenten
gewinnen!



Es gibt viele
Herangehensweisen
dies zu messen



Wir messen
durch implizite
Herangehensweisen



Die Tools hierfür gibt
es bereits!

Vielen Dank!

Haben Sie Fragen?

Kontaktieren Sie uns per
E-Mail oder über LinkedIn



Jessica Rainalter

Associate Director

j.rainalter@skimgroup.com



Jelena Langerbeins

Analyst

j.langerbeins@skimgroup.com



Melden Sie sich für unseren
SKIMspiration Newsletter an

