

Präferenzmessung mit AHPlab

Die Präferenzmessung ist im Wandel: herkömmliche, conjoint-analytische Verfahren sind hinsichtlich der Anzahl zu berücksichtigender Eigenschaften stark eingeschränkt, so dass die Gefahr besteht, das Produkt in seinen Leistungsdimensionen nicht vollständig erfassen zu können. Hier setzt das **AHPlab** an, indem entscheidungsrelevante Merkmale identifiziert und das Abwägen von Leistungsdimensionen durch simple Paarvergleiche erfasst werden.

Das **AHPlab** vereinigt mit dem **AHP** und **Mouselab** zwei computerbasierte Ansätze zur Analyse von komplexen Entscheidungen und ermöglicht damit neuartige Einblicke in die Informationssuchprozesse und Nutzenpräferenzen von Produkten, die nur durch eine Vielzahl von Eigenschaften adäquat erfasst werden können.

Mouselab gewährleistet die Messung und Auswertung des Informationssuchverhaltens der Befragten, wodurch Produktauswahlstrategien der Käufer identifiziert werden. Diese Ergebnisse liefern nützliche Informationen für die Entwicklung präziser Kommunikationsstrategien bzw. -inhalte zur Ansprache verschiedener Kunden-Segmente. Darüber hinaus werden durch das **Mouselab** die relevanten Produktattribute bestimmt, welche als Grundlage für die Nutzenpräferenzmessung mittels **AHP** dienen. Auf diese Weise wird die Interviewlänge verkürzt und der Realitätsbezug der Bewertungssituation erhöht, da irrelevante Produkt- oder Leistungsmerkmale dem Befragten nicht präsentiert werden und die Ergebnisse somit nicht verzerren.

Der **AHP** (Analytic Hierarchy Process) zeichnet sich vor allem durch seine geringe Komplexität im Befragungsdesign aus, wodurch die Präferenzmessung von Produktprofilen mit einer hohen Anzahl von Merkmalen und Merkmalsausprägungen ermöglicht wird. Zahlreiche empirische Studien zeigen zudem eine bessere Prognosevalidität dieses Verfahrens gegenüber gängigen Conjoint-Analysen.

Vorteile gegenüber herkömmlicher Präferenzmessung:

- ➔ Verbesserte Messbarkeit bei komplexen Produkten und Dienstleistungen
- ➔ Durch Individualisierung des Präferenzmessungsdesigns werden heterogene Kundenbedürfnisse abbildbar
- ➔ Einbeziehung produktspezifischer Informationssuchprozesse der Kunden

 Interrogare berät Sie gerne!

AHPlab mit Interrogare: IRQuest® - Befragungssoftware



Präferenzmessung mit AHPlab

Die Präferenzmessung mit AHPlab ist mit dem deutschen Preis für Marktforschung ausgezeichnet worden. Sie bietet gegenüber herkömmlichen Methoden, wie CBC oder ACA, deutliche Vorteile:

	AHPlab	CBC	ACA
Messung der Informationssuchprozesse	+	-	-
Ermittlung von unakzeptablen Eigenschaften	+	-	0
Nutzenwertermittlung für komplexe und/oder erklärungsbedürftige Produkte (z.B. produktverbundene Dienstleistungen)	+	-	0
Motivation der Probanden während der Befragung	+	-	+
Messung von Zahlungsbereitschaften	+	+	-
Marktsimulationen inkl. Sensitivitätsanalysen	+	+	0
Befragungsaufwand (Interviewdauer)	+	0	-
Realitätsnähe der Befragung	0	+	-
Adaptive Anpassung der Befragungssituation im Verlauf des Interviews	+	-	+
Messung der Konsistenz der gegebenen Antworten	+	+	+
Berechnung der Teilnutzenwerte während der Laufzeit des Interviews	+	-	+
Vorhersagequalität der Verfahren	+	+	0
Benötigte Stichprobengröße (+: Auswertung bei geringer Fallzahl möglich; -: Auswertung nur bei großer Fallzahl möglich)	+	-	+

0 = neutral, + = positiv, - = negativ



Der Preis der deutschen Marktforschung 2007 BVM/VMÖ Nachwuchsforscher für die beste Diplomarbeit ging an Martin Meißner. Die Arbeit zum Thema „Paradigmenwechsel in der Präferenzmessung? Der Analytic Hierarchy Process als Marktforschungsinstrument“ überzeugte die Jury:

„Der Autor verbessert den AHP-Ansatz der Literatur und zeigt Vorteile gegenüber der Adaptive-Conjoint-Analyse (ACA) mittels einer Monte-Carlo-Studie. In einer empirischen Studie für den Markt der Pauschalreisen (online-Studie) zeigt der Autor die größere Prognose-tauglichkeit der AHP.“

 Über durchgeführte Referenzprojekte und Erfahrungen informiert Sie Interrogare gerne!

Interrogare GmbH

Meisenstraße 96
33607 Bielefeld

www.interrogare.de

Fon +49 (0)521 2997 349

Fax +49 (0)521 2997 3460

info@interrogare.de

