

Produktlinienoptimierung mit TURF+

Die optimale Produktliniengestaltung ist ein elementarer Aufgabenbereich des Marketing im Hinblick auf die Marktanteils- und Gewinnzielsetzungen eines Unternehmens. Insbesondere durch den steigenden Wettbewerbsdruck um knappe Regalplatzkontingente sowie dem häufig begrenzten Budget sind Unternehmen gezwungen, nur eine geringe Anzahl von Produktvarianten anzubieten, da sich mit steigender Variantenanzahl die Kosten für Leistung, Produktion, Verpackung und Werbung erhöhen.

Ein grundsätzliches Problem besteht in der zunehmenden Fülle möglicher Produktkombinationen bei einer steigenden Anzahl variierbarer Produkteigenschaften / Geschmacksrichtungen. Ein weiterer Unsicherheitsfaktor bei der Produktliniengestaltung ist, dass häufig nicht die komplette Produktlinie für den Kunden verfügbar ist, sondern nur einige ausgewählte Produkte. Dieser Zustand ergibt sich zum einen aus „Out-of-Stock-Situationen“, bei denen bestimmte Sorten nicht im Regal verfügbar sind oder vom Konsumenten nicht wahrgenommen bzw. gefunden werden. Zum anderen besteht öfter der Fall, dass ein Händler nicht die vollständige Produktlinie führt.

Vor diesem Hintergrund sind Informationen, welche Varianten die besten Chancen haben neben den Konkurrenzprodukten zu bestehen, von elementarer Bedeutung für die Produktliniengestaltung. Um die Frage nach den Produktvarianten oder dem Sortiment mit der größtmöglichen Attraktivität für die Konsumenten beantworten zu können, setzt Interrogare **TURF+** als effektives Tool zum Portfolio Management ein.

Vorteile auf einen Blick:

- ➔ Identifikation eines optimalen Produkt-Portfolios
- ➔ Ermittlung umsatzstarker Produktkombinationen
- ➔ Hilfestellung zur Erweiterung, Verkleinerung sowie Repositionierung einer bereits etablierten Produktlinie
- ➔ Testen neuer Produktkombinationen vor der Markteinführung
- ➔ Berücksichtigung von Out-of-Stock-Situationen (Ermittlung des Beitrags eines Elements für den Erfolg der gesamten Produktlinie)

 Interrogare berät Sie gerne!

TURF+ mit Interrogare



Jedem Befragten werden im Rahmen einer Befragung mehrere Produkte vorgelegt, die für eine Aufnahme in die Produktlinie in Betracht kommen.

Jeder Proband muss auf einer geeigneten Skala angeben, ob er / sie ein Produkt testen / kaufen würde (z.B. TopTwo-Boxen einer 5er Likert-Skala).

TURF ermittelt, wie groß die Netto-Reichweite (Unduplicated Reach) für verschiedene Produktkombinationen ist. Eine Person wird dann erreicht, wenn das angebotene Produktsortiment mindestens eine Produktvariante enthält, die der Proband kaufen würde.

Als Output erhalten Sie eine Liste der Produktkombinationen mit den größten Reichweiten und somit dem höchsten Umsatzpotenzial.

Erweiterung der klassischen TURF-Analyse um die Integration von Shapley Values:

TURF+ ermittelt zusätzlich die Bewertung der Effektivität einzelner Produktvarianten innerhalb einer Produktlinie. Je höher der Shapley Value einer Produkialternative ist, desto größer ist dessen Beitrag für den Erfolg der gesamten Linie. Produkte mit hohem Shapley Value sind besonders geeignet, um vor Out-of-Stock-Situationen zu schützen. Die Integration von Shapley Values (TURF+) führt somit zu besseren Ergebnissen gegenüber TURF als alleiniger Technik.

TURF+: Ein effektives Tool zum Portfolio Management

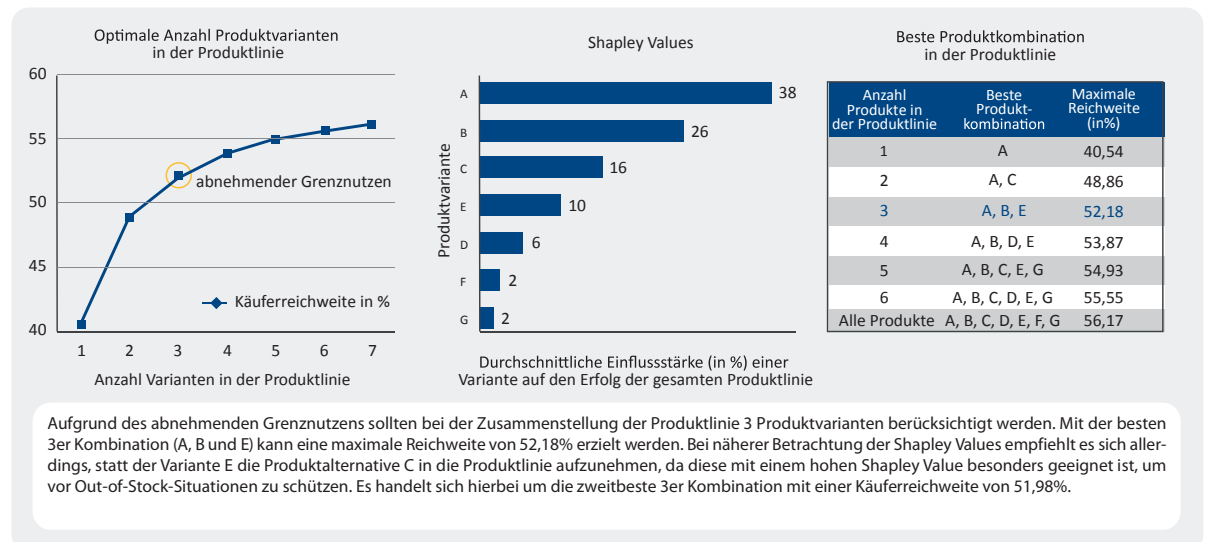
TURF (Total Unduplicated Reach and Frequency) gilt als Standardverfahren zur Bestimmung optimaler Produkt- oder Geschmackskombinationen (oder auch Farben, Geruchsstoffe, Verpackungsgrößen, etc.) für Produktlinien. Mit der Erweiterung **TURF+** liefert Interrogare Ihnen folgende Erkenntnisse:

- Identifizierung eines optimalen Produkt-Portfolios (Optimierung der Produktzusammenstellung / Produktlinie und Größe des Portfolios)
- Ermittlung optimaler Produktkombinationen, mit denen eine möglichst hohe Anzahl an Konsumenten erreicht wird (Unduplicated Reach)
- Vermeidung von Absatzverlusten durch Berücksichtigung von Out-of-Stock-Situationen mittels Shapley Value Betrachtung

- Sammeln von Erkenntnissen, mit welchen Produktkombinationen der meiste Umsatz generiert wird

Durch die Ergänzung der **TURF+** Analyse um Kauffrequenzen, Kaufgründe oder auch soziodemografische Merkmale der Probanden können detaillierte Aussagen über das Kaufverhalten getroffen werden. Auf diese Weise kann nicht nur die Produktlinie mit der maximalen Reichweite identifiziert werden, sondern es können auch Erkenntnisse für die Optimierung von Produktlinien für verschiedene Absatzkanäle, Kaufsituationen sowie Umsatz- oder Gewinnziele gewonnen werden.

Ergebnisbeispiel der TURF+ Analyse zur Optimierung einer Produktlinie



Markus Knoche, KNOCHE Marktforschung GmbH:

„Der Einsatz der TURF+ Analyse durch das Interrogare Team hat uns für unser Projekt entscheidende Erkenntnisse und wertvolle Hinweise für unseren Kunden zur Sortiments-Gestaltung geliefert. Bei der Konzeption und Durchführung der Portfolio-Optimierung fühlen wir uns vom Marketing Science Team sehr gut unterstützt.“

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

