

Treiberanalysen

Wirkungszusammenhänge besser verstehen durch State-of-the-Art Verfahren

Die Analyse der Wirkungszusammenhänge zwischen verschiedenen Teilleistungen eines Angebots und der Gesamtbeurteilung liefert wesentliche Erkenntnisse über die relevanten Treiber von Markenimage und -bekanntheit, Kundenzufriedenheit sowie Kundenbindung. Mit den Ergebnissen können Marketingaktivitäten zielgerichtet bewertet und gesteuert werden.

Treiberanalysen helfen Antworten auf folgende Fragen zu finden:

- Welche Bedeutung hat eine Teilleistung – wie Preis oder Qualität – für die wahrgenommene Gesamtbewertung, zum Beispiel für die Kundenzufriedenheit?
- Welcher Spielraum besteht bei der Über- oder Untererfüllung einzelner Leistungsdimensionen?
- Ab welchem Leistungsniveau führt die Verbesserung eines Treibers, beispielsweise der Qualität, zu keinem nennenswerten Effekt für die abhängige Variable, zum Beispiel für das Markenimage?
- Ab welchem Leistungsniveau kippt die Akzeptanz, so dass die Gesamtleistung nicht mehr positiv bewertet wird?

Direkte Abfragen der Bedeutung einzelner Aspekte führen leider zu wenig verlässlichen Angaben. Unbewusste Treiber werden nicht erfasst. Zudem führen direkte Abfragen häufig zu einem inflationären Anspruchsniveau und liefern in der Regel wenig reliable und differenzierende Wichtigkeiten für die getesteten Teilleistungen. Aus diesem Grund wurden zahlreiche statistische Verfahren entwickelt, welche den Einfluss verschiedener Treiber durch indirekte Abfragen und somit implizit bestimmen.

Interrogare bietet Ihnen für jede Ausgangssituation optimale Verfahren zur impliziten Analyse von Treibern an. Gerade die eingesetzten State-of-the-Art Verfahren, wie die Shapley-Value-Regression und die Penalty-Reward-Analyse, liefern deutlich bessere Ergebnisse als direkte und einfache indirekte Verfahren und bieten Ihnen somit einen deutlichen Mehrwert bei der Analyse der Wirkungszusammenhänge.

Gerne beraten wir Sie ausführlich zur Konzeption, Umsetzung und Auswertung von **Treiberanalysen** und ermitteln mit Ihnen eine individuelle Lösung für Ihre Problemstellung.

Vorteile auf einen Blick:

- ➔ Umfassendes Portfolio an statistischen State-of-the-Art Verfahren zur Analyse von Wirkungszusammenhängen
- ➔ Implizite Identifikation des Einflusses von Treibern auf die Zielgröße
- ➔ Berücksichtigung / Beseitigung von Multikollinearität durch den Einsatz von Shapley Values
- ➔ Ermittlung der Wirkungsqualität von Treibern auf Basis des Kano-Modells

Methodenportfolio zur Treiberanalyse im Überblick

Verfahren	Ergebnis	Erkenntnisse
Korrelationsanalysen ¹	Korrelationskoeffizienten	Univariate Einflusstärken / Wichtigkeiten der Treiber
Regressionsanalysen ¹	Regressionskoeffizienten (Betas)	Multivariate Einflusstärken / Wichtigkeiten der Treiber
Shapley-Value-Regression	Bereinigte Regressionskoeffizienten (Betas)	Multivariate, um Multikollinearität bereinigte Einflusstärken / Wichtigkeiten der Treiber
Penalty-Reward-Treiberanalyse	Shapley Values für das Ablehnungs- und Begeisterungspotenzial	Multivariate, um Multikollinearität bereinigte Einflusstärken / Wichtigkeiten und Wirkungsweise der Treiber
Rough Sets / CHAID	Scharfe und raue Mengen von Regeln	Regelmäßige Zusammenhänge zwischen Treibern und abhängiger Zielgröße

¹ bei (hoher) Multikollinearität nicht geeignet

 Interrogare berät Sie gerne!

Treiberanalysen: Wirkungszusammenhänge besser verstehen durch State-of-the-Art Verfahren

Bei der Treiberanalyse setzt Interrogare auf Verfahren, die die Multikollinearität von Treibern berücksichtigen und so zu aussagekräftigen Ergebnissen führen. Auch für die Analyse nichtlinearer Wirkungsbeziehungen von Treibern bietet Interrogare passgenaue Verfahren.

Multikollinearität

Vielfach werden einfache Korrelations- und Regressionsanalysen zur impliziten Bestimmung der Bedeutung von Teilleistungen verwendet. Diese Verfahren weisen allerdings eine wesentliche Schwäche auf. Durch den sogenannten Halo-Effekt werden bei positiver (negativer) Gesamtbewertung im Regelfall auch die Teilleistungen positiver (negativer) wahrgenommen. Entsprechend sind die einzelnen Treiber häufig hochgradig korreliert. Diese Multikollinearität führt zu geringerer Differenzierung zwischen den Treibern und kann sogar zu nicht intuitiven Ergebnissen, wie negativen Einflussstärken, hervorgerufen. Im Extremfall ist das Regressionsmodell sogar überhaupt nicht mehr schätzbar. Wir empfehlen daher zwingend den Einsatz von Regressionstechniken, die Multikollinearität berücksichtigen. Bei der Ermittlung linearer Zusammenhänge verwenden wir zumeist die Shapley-Value-Regression, die in wissenschaftlichen Vergleichsstudien sehr gute Ergebnisse erzielt.

Nichtlineare Wirkungsbeziehungen

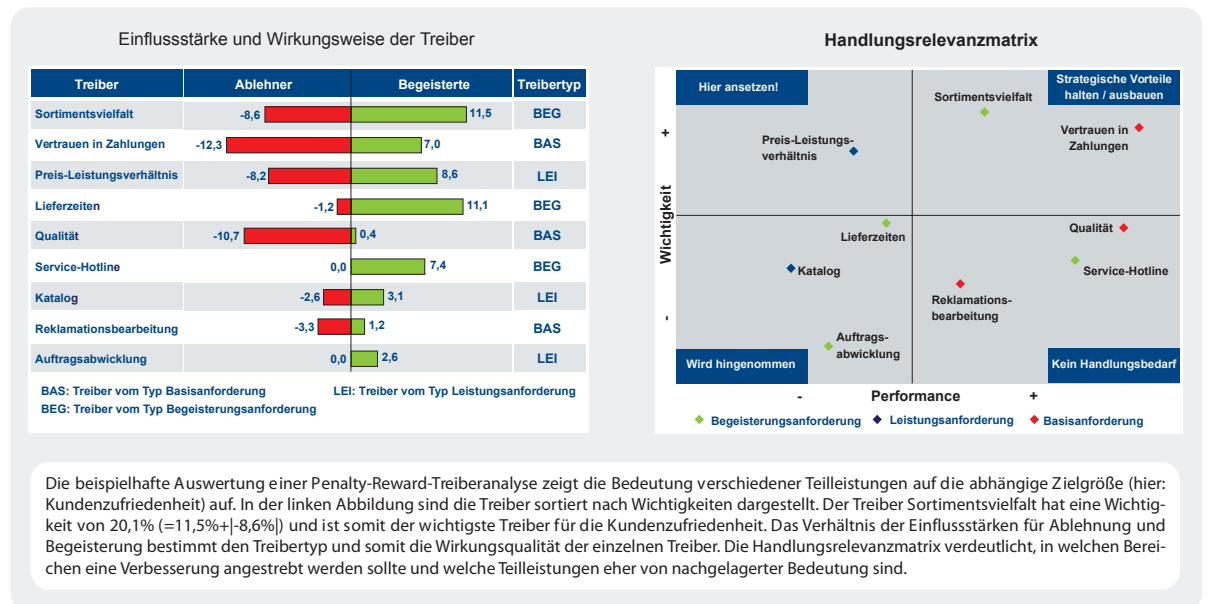
Nicht alle bedeutsamen Treiber wirken in vergleichbarer, linearer Weise auf die Zielgröße. Einige Treiber können nur Unzufriedenheit erzeugen, jedoch nicht für echte Zufriedenheit sorgen (Basis-

anforderungen). Andere wirken genau in entgegengesetzter Weise, das heißt sie steigern im positiven Fall die Zufriedenheit, führen aber bei negativer Ausprägung nicht zu Unzufriedenheit (Begeisterungsanforderungen). Treiber, die in beide Richtungen wirken, werden als Leistungsanforderungen bezeichnet. Obige auf dem Kano-Modell basierende Einteilung ist Gegenstand der Penalty-Reward-Treiberanalyse. Diese bietet gegenüber linearen Treiberanalysen viele Vorteile hinsichtlich der Qualität und Interpretierbarkeit der Ergebnisse:

- Die nicht-lineare Messung bzw. die Unterteilung der Treiber in Basis-, Leistungs- und Begeisterungsanforderungen erlaubt detaillierte Aussagen für konkrete und effiziente Verbesserungen des Produkt- und Serviceangebots.
- Auf Basis der ermittelten Wichtigkeiten, der Art der Anforderungen und der erzielten durchschnittlichen Leistungsbeurteilung (Performance) können handlungsrelevante Teilleistungen identifiziert und mit Wettbewerbern verglichen werden.

Die Penalty-Reward-Treiberanalyse basiert auf einer Shapley-Value Berechnung, um Multikollinearität berücksichtigen zu können. Neben dem quantifizierten Einfluss des Treibers auf die Zielgröße (der Treiberstärke) wird auch die „Qualität“ des Treibers identifiziert. Durch die Berücksichtigung der aktuellen Performance je Teilleistung kann ermittelt werden, welche Treiber für zukünftige Marketingmaßnahmen besonders wertvoll sind. Die folgende Abbildung zeigt beispielhafte Ergebnisse.

Ergebnisbeispiel der Penalty-Reward-Analyse



Sören Reichardt, MW Research:

„Treiberanalysen liefern in vielen unserer Studien dem Kunden einen substantiellen Mehrwert. So lassen sich, z.B. in Kundenzufriedenheitsbefragungen, die Effektstärken von Treibern quantifizieren und Wirkungszusammenhänge inhaltlich interpretieren. Bei der Konzeptionierung und Auswertung greifen wir gerne auf die Methodenkompetenz von Interrogare zurück.“

Interrogare GmbH

Meisenstraße 96

33607 Bielefeld

www.interrogare.de

Fon +49 (0)521 2997 349

Fax +49 (0)521 2997 3460

info@interrogare.de



Über durchgeführte Referenzprojekte und Erfahrungen informiert Sie Interrogare gerne!