

HandyScore

Ein Produkt zur Messung
der Marktchancen von Mobilfunkgeräten



Optimierung Ihres Handy-Portfolios

Der Markt der mobilen Endgeräte ist...

- **dynamisch** (bis zu 50 Neuerscheinungen pro Quartal)
- **vielschichtig** (bis zu 300 laufende Modelle, für unterschiedlichste Zielgruppen und Anwendungen)
- einer Vielzahl an Trends und Einflüssen ausgesetzt (Multimedia, Internet, Lifestyle, Wettbewerbsverhalten, Preis-/Werbedruck,...)

Die Schwierigkeit, die sich den Mobilfunk-anbietern dabei regelmäßig stellt, bleibt stets dieselbe: die Zusammenstellung eines zielgruppen-adäquaten Handy-Portfolios.

Was leistet HandyScore?

Mit dem HandyScore hat TNS Infratest InCom ein Marktforschungsinstrument entwickelt, mit deren Hilfe Sie in Erfahrung bringen...

- wie die Marktchancen der einzelnen Handy-Modelle aussehen
- welches Handy-Modell mit ins Portfolio aufgenommen werden muß
- was die kaufrelevanten Produktmerkmale der Mobilfunkgeräte sind
- zu welchem Preis das einzelne Handy-Modell angeboten werden soll

Das Grundprinzip: Orientierung an der Realität

Das Design von HandyScore orientiert sich an der im Handel und in der Werbung üblichen Präsentation von Mobilfunkgeräten und untersucht die zentralen Kommunikationselemente:

- das Konkurrenzumfeld, innerhalb dem sich das einzelne Produkt bewegt
- die Produktprofile, anhand derer die Geräte vorgestellt werden
- Optik und Design der Geräte
- Preise und deren Auswirkung auf die Kaufentscheidung

Handy mit zweifachem Schiebemechanismus und integriertem GPS-Modul	Ultraflaches Slider-Handy und UMTS/HSDPA-fähig	Cybershot-Handy mit Autofokus und Xenon-Blitz
• Display mit 16,7 Mio. Farben und 240 x 320 Pixeln • Kamera mit 5,0 Megapixel • Bluetooth und Mp3-Player	• Display mit 262.144 Farben und 240 x 320 Pixeln • Kamera mit 3,2 Megapixel • Bluetooth und Mp3-Player	• Display mit 262.144 Farben und 240 x 320 Pixeln • Kamera mit 3,2 Megapixel • Bluetooth und Mp3-Player
189,99€	29,99€*	59,99€*

* Alle Preise beziehen sich auf den Anschluss eines 24monatigen Laufzeitvertrages mit 200 Inklusivminuten oder vergleichbarer Kategorie.

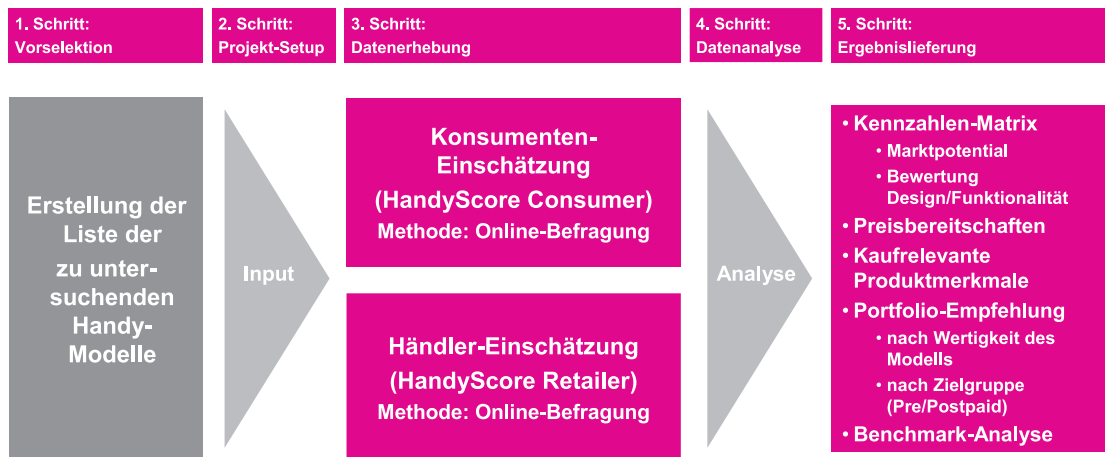
HandyScore wurde als Online-Befragung konzipiert

denn Online-Befragungen sind...

- multimedial
Befragungsinhalte können multimedial vermittelt werden
- kosteneffizient
Schnelle und kostengünstige Durchführung
- zielgruppenadäquat
Mobilfunknutzer haben überproportionale Internet-Affinität. Rund 70% der Mobilfunknutzer sind auch Internetnutzer (TNS Convergence Monitor 2007). Bei den 14 bis 49jährigen Mobilfunkern nutzen sogar über 90% das Internet.

- **Über das Internet ist somit ein Großteil jener Mobilfunk-Nutzerschaft zu erreichen, die als Meinungsführer und damit als erste Zielgruppe neuer und innovativer Mobilfunkgeräte gelten.**
- **Eine Einschätzung und Bewertung neuer Mobilfunkgeräte durch diese Personengruppe muß als wichtiger Indikator für deren Marktchancen verstanden werden.**

HandyScore Projektdesign



Anzahl Handy-Modelle

- Je HandyScore-Erhebung können bis zu **50 Modelle** getestet werden.

Bewertungen pro Befragungsperson

- Jede Befragungsperson bewertet bis zu 5 Modelle.
- Die von einer Befragungsperson zu bewertenden Modelle werden zufällig aus der Liste der zu untersuchenden Modelle gezogen.
- Idealerweise erfolgt eine Bewertung der Handy-Modelle durch **Privatkonsumenten wie durch Fachhändler**. Die Bewertung durch Fachhändler ergänzt die Privatkonsumenteneinschätzung. Die Entscheidung, ob beide Zielgruppen befragt werden sollten, hängt von den genauen Zielsetzungen eines HandyScore-Projektes ab.

Bewertungen je Handy-Modell

- Jedes Modell wird von mindestens 100 Befragungspersonen bewertet.
- Bei Fachhändlern wird eine Mindestfallzahl von 30 Bewertungen je Handymodell für ausreichend angesehen, da es sich bei Fachhändlern um eine relativ homogene Gruppe handelt und Untergruppenbetrachtungen von Fachhändlern nicht vorgesehen sind.

Anzahl Interviews

Abhängig von der Anzahl der zu bewertenden Modelle. Bei 50 Modellen:

- 1000 Interviews Privatkonsumenten
- 300 Interviews Fachhändler

Rekrutierung

Konsumentenbefragung:

Konsumenten werden für Befragungszwecke aus der Online Community von TNS Infratest rekrutiert.

- **6th Dimension Access Panel** - Repräsentativ Online Panel von TNS Infratest (Stand September 2007: 45.000 Mitglieder), repräsentativ für die Online-Nutzerschaft in Deutschland

Händlerbefragung:

Händler werden telefonisch vorrekrutiert und per Email zur Befragung eingeladen.

Zielpersonen

Die genaue Definition der Zielgruppe hängt von der Zielsetzung des Auftraggebers ab. TNS Infratest verfügt über zahlreiche Basisinformationen seiner Online Community, die sich für eine Vorquotierung bestimmter Personen anbieten, wie etwa

- Mobilfunknutzer, mit Angabe des genutzten Mobilfunknetzes
- Art der genutzten Mobilfunkkarte (Prepaid vs. Postpaid)
- Rechnungshöhe Mobilfunk
- Soziodemographie (Alter, Geschlecht, ...)

Timing

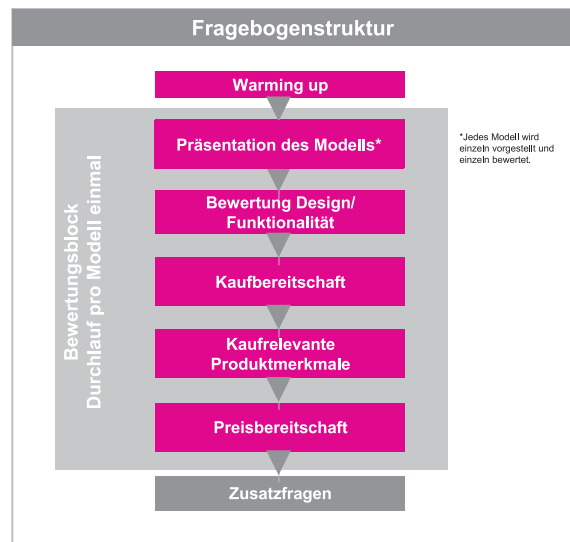
- Bei einer standardisierten Auswertung ist ein Projektdurchlauf bereits in **vier bis fünf Wochen** realisierbar.

Fragebogen

Der Fragebogen basiert auf einem in zahlreichen Studien erprobten Design und ist standardisiert. Das hat den Vorteil, dass

- erprobte Strukturen vorliegen, die schnell und kostengünstig eingesetzt werden können
- standardisierte und damit schnelle und kostengünstige Auswertungen möglich werden
- Ergebnisse aus zahlreichen Studien vergleichbar sind. Deren zentralen Erkenntnisse fließen in eine Datenbank für Benchmark-Analysen ein.

Dennoch: Unsere Standardisierung lässt Ihnen ausreichend Gestaltungsraum für individuelle Anpassungen und Zusatzfragen.



Auswertung

Die Standard-Auswertung eines HandyScore-Projektes umfasst folgende Leistungen:

Marktpotential

- Darstellung des Marktpotentials für jedes getestete Modell mittels Kennzahlen im Kontext des Kaufentscheidungsprozesses, wie bspw. Kaufpräferenzindex, Bewertung Design/Funktionalität, u.a.

Empfehlung des Produktportfolios

- Nach Zielgruppen unterschieden (Wertigkeit der Modelle, Postpaid/Prepaid)
- Mit Angabe der prozentualen Verteilung der Modelle

Kaufrelevante Produktmerkmale

- Analyse der kaufrelevanten Produktmerkmale unter Einsatz des ValueFinders, ein Marktforschungstool der TNS-Gruppe zur Ermittlung der zielgruppenoptimalen Produktmerkmalskombination

Preisfindung

- Preisempfehlung für jedes getestete Modell (van Westendorp Modell)

Benchmark Analyse

- Seit 2002 wird HandyScore erfolgreich eingesetzt. Auf Basis dieses Erfahrungsfundus haben die Marktforscher von TNS Infratest eine Benchmark-Datenbank entwickelt. Diese wird kontinuierlich ausgebaut und validiert.
- Benchmarking wird zur Anreicherung der Marktpotential-Aussagen einzelner Handy-Modelle genutzt.

HandyScore wurde entwickelt, um Ihnen bei der Zusammenstellung Ihres Handy-Portfolios entscheidungsrelevante Informationen zur Verfügung zu stellen.

Gerne beraten wir Sie bei Fragen zur Konzeption und Durchführung eines HandyScore-Projektes und geben detaillierte Auskunft über den Kostenrahmen.

Ihr Ansprechpartner bei TNS Infratest:

Ulrich Maier
Senior Consultant InCom / Technology Sector
t +49 (0) 521 9257 341
f +49 (0) 521 9257 333
e ulrich.maier@tns-infratest.com

Stieghorster Str. 66
33605 Bielefeld
Germany

www.tns-infratest.com

