



SCIENTIFIC CONSULTING PARTNERS

S-MAFO: Marktforschung mit **e-nnovation[®]**

“... e-nnovation ist eine fundierte Methodik zur zeitnahen und rationellen Erhebung, Auswertung und Aufbereitung von Informationen (Analysen und Befragungen), abgebildet in einem universellen Tool ...“



Prof. Dr. Rudolf Dögl
Mitglied des wissenschaftlichen SCOPAR-Beratergremiums

WISSEN - SCHAFFT - NUTZEN

Inhalt

	Seite
Bei welchen Fragestellungen lässt sich e-innovation einsetzen?	3
Typische Anwendungsfelder für e-innovation	4
Wie geht e-innovation zur Beantwortung der Fragen vor?	5
Ergebnistypen	6
Strukturierung / Clusterung für Auswertung	7
Auszüge aus Beispielen	8
Worin liegt der Nutzen für das Unternehmen?	11
Unterstützungsmöglichkeiten durch SCOPAR	12
Einsatzbeispiele / Referenzen (Auswahl)	13
Kontakt	14

Bei welchen Fragestellungen lässt sich e-innovation einsetzen?

- Sind unsere Produkte/Leistungen marktgerecht?
- Wie zufrieden sind Endverbraucher, ADM und der Handel mit uns und wo müssten wir etwas verbessern?
- Wie gut schätzen uns die Endverbraucher, ADM und der Handel im Vergleich zum Wettbewerb ein?
- In welche Neuentwicklungen müssen wir investieren, um zukünftig wettbewerbsfähig zu sein?
- Zu welchen Preisen müssen/können wir unsere Produkte/Leistungen anbieten, um wettbewerbsfähig zu sein?
- Werden unsere Produkt-Neuentwicklungen vom Markt angenommen und ist das für uns erreichbare Marktpotenzial groß genug?
- Wie können wir unsere Lieferanten rationell und aktuell bewerten?
- ...

➤ **Gibt es eine Methodik und ein universelles Tool zur zeitnahen und rationellen Erhebung, Auswertung und Aufbereitung von Informationen?**

Typische Anwendungsfelder für e-innovation

• Markt und Wettbewerb

- z.B. Kundennutzen, Kundenwünsche, Stückzahl-Perspektiven, Marktpotenziale, Wettbewerbsposition, Preiselastizitäten, ...

• Distribution und Service, Einkauf

- z.B. Kundenzufriedenheit, Technologieakzeptanz, Partner-Profiling, Lieferantenbewertung, ...

• Ideen-, Konzeptanalysen

- z.B. Vermarktungsfähigkeit von Innovations-Ideen, Konsequenzen-Analysen für Konzepte, ...

• Controlling

- z.B. Audits, Kennzahlen über die Zeit, Wirkung von Maßnahmen, ...

• „Hausinterne“ Erhebungen

- z.B. Zielvereinbarungen, Mitarbeiterbewertung, ...

➤ Das Einsatzspektrum von e-innovation ist vielfältig.

Wie geht e-nnovation zur Beantwortung der Fragen vor?

- Festlegung der Ergebnisziele zusammen mit den Kunden
- Verwendung **einer** Systematik für beliebige Erhebungstypen
 - Online-Befragung, schriftliche Befragung, telefonische Befragung, persönliche Interviews, beliebige Kombinationen daraus
 - Fragestellungen und Messkriterien je Fragestellung, „auswertungsgerechte“ Antworttypen und Antwortspektren je Fragestellung, ...
- Aufbau der Auswertungsstruktur und der Ergebnisdarstellungen
 - bereits **vor** Beginn der Erhebung
- Durchführung der Informationserfassung
 - entsprechend der gewünschten Erhebungs-Varianten (Online, schriftlich, telefonisch, persönlich, kombiniert)
- Auswertung und Ergebnisaufbereitung
 - Auswertungsmonitore, Strukturierung und Zuordnung der Textantworten, Reports

➤ **e-nnovation ist eine Methodik in einem universellen Tool zur zeitnahen und rationellen Erhebung, Auswertung und Aufbereitung von Informationen.**

Ergebnistypen

● Ergebnisse zu skalierbaren Fragen

- Monitore mit Grafiken (übergreifend und nach Clustern)
- Ergebnisinterpretation

● Kriterienkombinationen

- Monitore mit Grafiken (übergreifend und nach Clustern)
- Ergebnisinterpretation

● Ergebnisse zu Textfragen

- Zuordnung von Textantworten und Kommentaren entsprechend der Clusterung
- Klassifizierung und Zuordnung tendenziell gleich lautender Aussagen
- Ergebnis-Interpretation

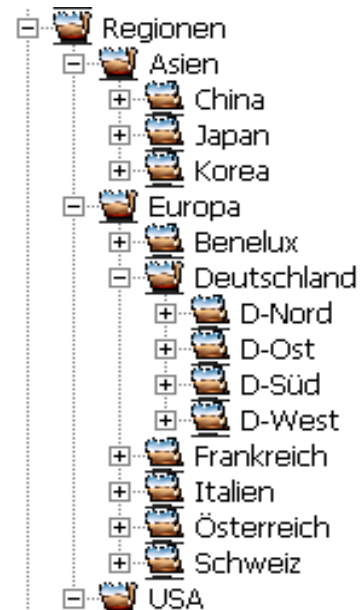
➤ **Die Ergebnisse lassen sich je nach Anforderung aufbereiten.**

Strukturierung / Clusterung für Auswertung

● Festlegung der Art der Ergebnisaufbereitung

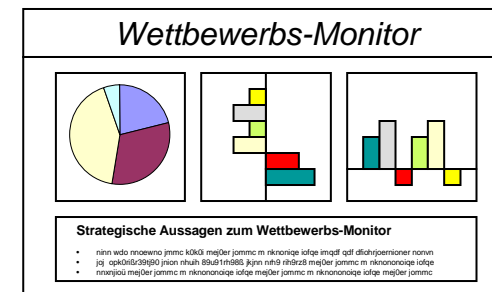
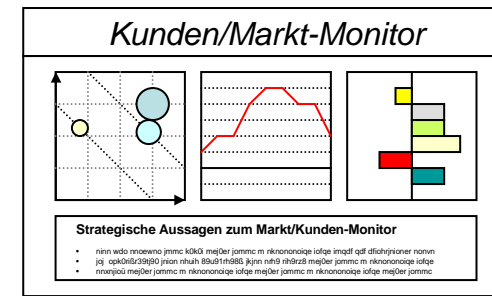
● Struktur

- Gliederung
- Verdichtungsebenen



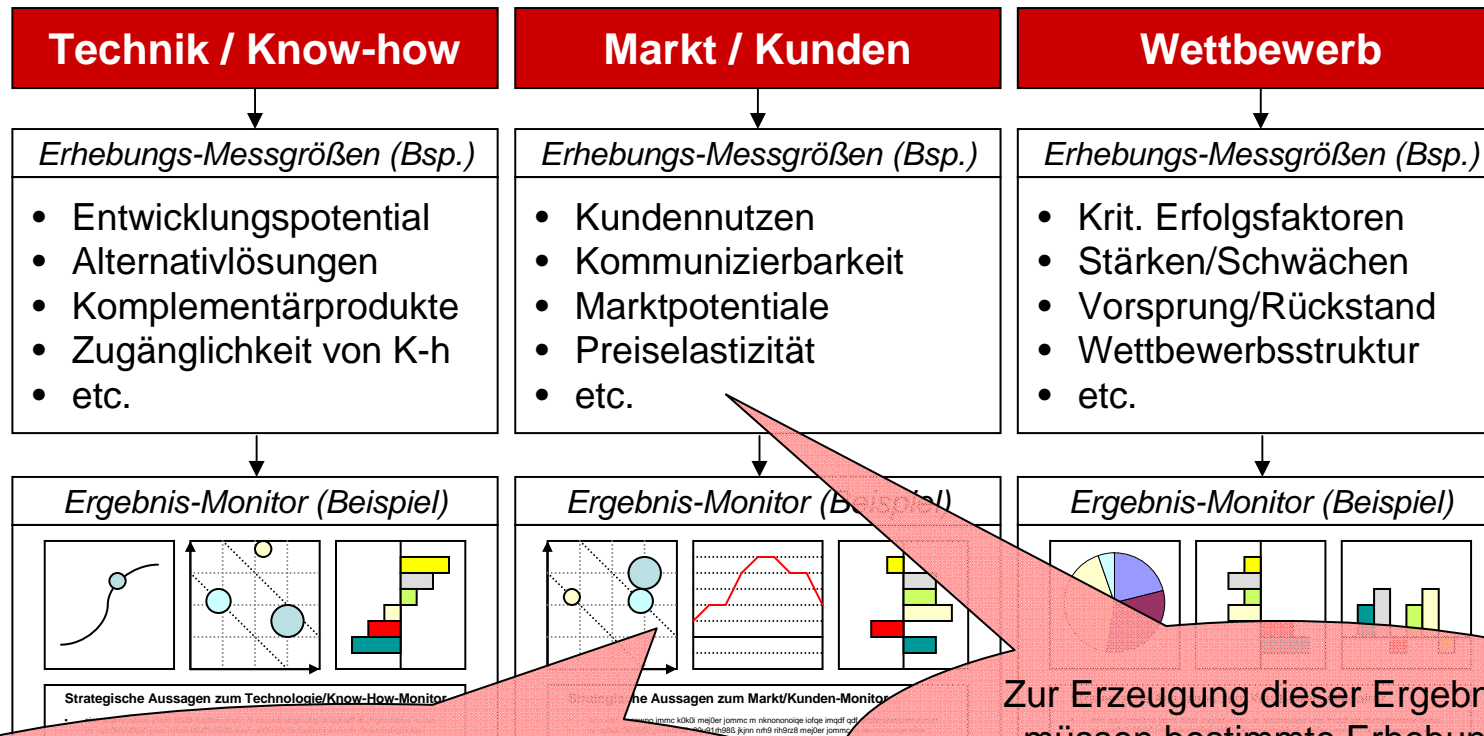
● Darstellung

- Grafisch
- Tabellarisch
- textlich



➤ Das flexible Tool e-nnovation bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten der Auswertung.

Beispiel: Potenzialanalyse Technik/Kunden/Markt/Wettbewerb (Modell)

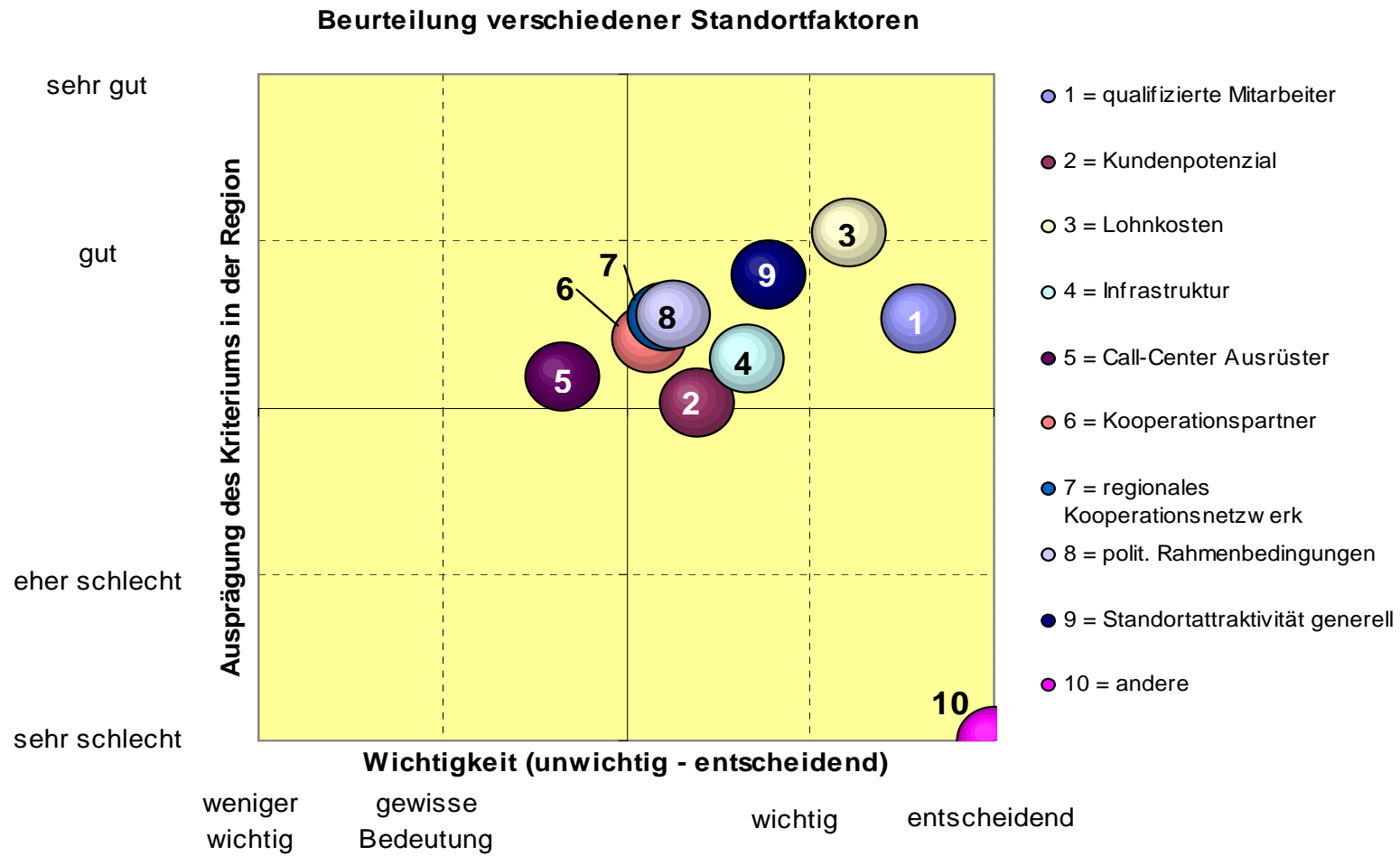


Aus einem „Katalog“ verfügbarer oder erzeugbarer Ergebnisdarstellungen wird ausgewählt, welche Ergebnisse Sie bei der anstehenden Analyse erhalten wollen

Zur Erzeugung dieser Ergebnisse müssen bestimmte Erhebungsmessgrößen in den verschiedenen Analysebereichen herangezogen werden

➤ **Klar definierte Erhebungs-Meßgrößen führen zu übersichtlichen und aussagekräftigen Ergebnissen.**

Beispiel: Standortanalyse (Ergebnis-Auszug)



➤ Eine Darstellungsform ist die Portfoliodarstellung.

Beispiel: Händlerbefragung (Ergebnis-Auszug)

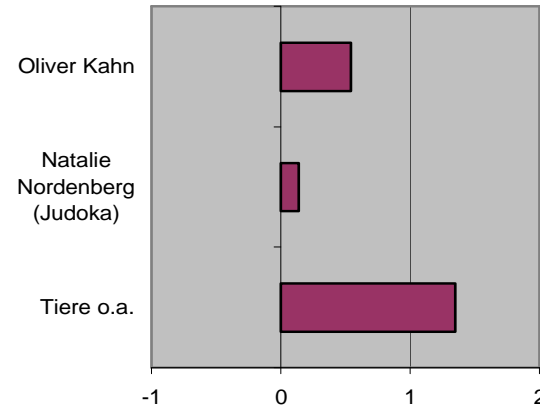
Stand: 15.5.2006

verkaufsfördernde Wirkung von Symbolfiguren

Stichprobe

	befragt	Antw.	Quote
gesamt	851	176	21%
Süd	212	49	23%
Nord	189	32	17%
Ost	116	17	15%
West	199	52	26%
Südwest	135	25	19%
bis 50 TDM	259	52	20%
bis 150 TDM	324	70	22%
über 150 TDM	279	53	19%

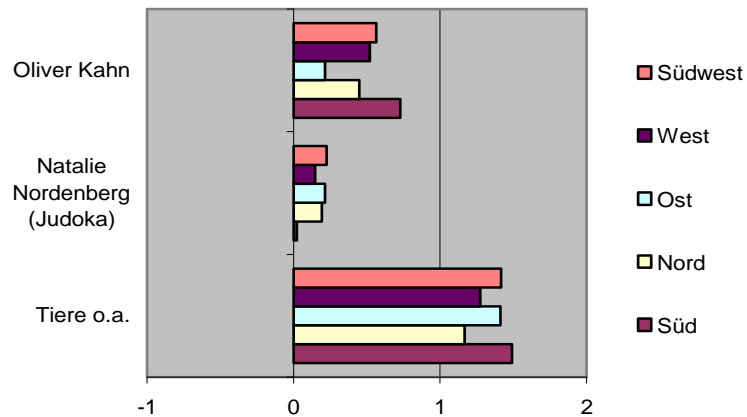
gesamt



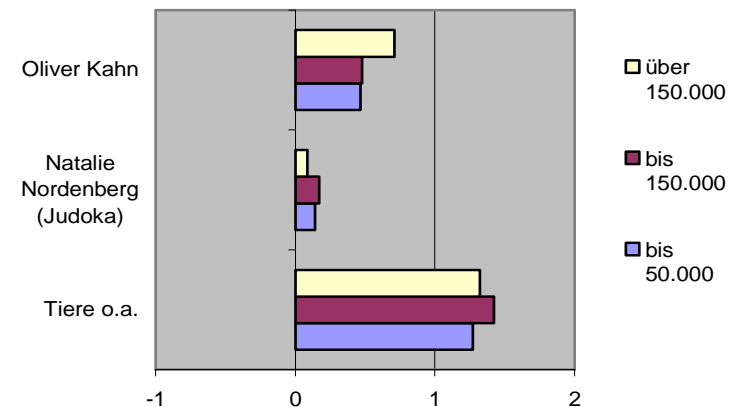
Legende

-1 = eher negativ
0 = neutral
1 = leicht positiv
2 = deutlich positiv

nach Regionen



nach Umsatzklassen



➤ e-nnovation liefert übersichtliche und aussagekräftige Ergebnisse.

Worin liegt der Nutzen für das Unternehmen?

- **Individuelle Gestaltbarkeit bei standardisierten Prozessen**
 - Fragestellungen und Messkriterien
 - Kombination verschiedener Befragungsarten
 - Auswertungen (Auswertungsebenen, quantitativ/qualitativ)
- **Ergebnisse in kürzester Zeit**
 - Relativ stabile Trendaussagen bereits nach wenigen Tagen
 - Auswertbarkeit ab Beginn der Befragung gegeben
 - Laufende Abrufbarkeit von Zwischenergebnissen
- **Geringe Kosten durch...**
 - ... Integration von Erhebungs- und Auswertungstool
 - ... Vergleichsweise geringen Netto-Zeitaufwand
 - ... Wiederverwendung bestehender Fragenkataloge und Auswertungsstrukturen

➤ **e-nnovationo ermöglicht trotz individueller Gestaltbarkeit Ergebnisse in kürzester Zeit bei geringen Kosten.**

Einsatzbeispiele / Referenzen (Auswahl)

- AEG Hausgeräte (Erfolgsmessung Produktneueinführung)
- Novartis (Kundenzufriedenheitsanalyse)
- Daimler Chrysler (Innovationsbewertung)
- Stadt Nürnberg (Standortanalyse zum Call-Center-Cluster)
- Siemens A&D (Innovationsbewertung)
- Carpenter (Kundenbedarfs- und zufriedenheitsanalyse)
- Grillo (Kundenbedarfs- und zufriedenheitsanalyse)
- EnergieRegion Nürnberg (Interessensanalyse)
- Bayern Innovativ (Primäranalyse zu Kfz-Technologietrends)
- EnergieRegion Nürnberg (Analyse Leistungselekt.-Trends)
- Multimedia-Akademie (Analyse Weiterbildungsbedarfe)
- Burgmann (Kundenzufriedenheitsanalyse)
- Stadt Herzogenaurach (Analyse Verwaltungsprozesse)

➤ **Eine Vielzahl renommierter Kunden vertraut auf e-nnovation.**

Unterstützungsmöglichkeiten durch SCOPAR

- Festlegen der Ergebnisziele
- Erstanlage der Befragung und Auswertungsstruktur
 - Methodisch Lösung auf Basis der abgestimmten Ergebnisziele
 - Auswertungsstruktur, Ergebnisdarstellungen, Fragestellungen und Messkriterien je Fragestellung, „auswertungsgerechte“ Antworttypen und –spektren je Fragestellung, ...
 - Technische Realisierung der Lösung
 - Generierung des Fragebogens in den gewünschten Varianten, Layout des Fragebogens, Einrichtungen in e-nnovation (Datenbank, Auswertungsstrukturen, Ergebnisdarstellungen und Reports), Pretest
- Durchführung der Informationserfassung
 - entsprechend der gewünschten Erhebungs-Varianten (online, schriftlich, telefonisch, persönlich, kombiniert)
- Auswertung
 - Auswertungsmonitore, Strukturierung und Zuordnung der Textantworten, Reports

➤ **SCOPAR begleitet den gesamten Prozess von der Erhebung bis zur Auswertung. Profitieren Sie von unserer Erfahrung.**

Noch Fragen?



SCIENTIFIC CONSULTING PARTNERS

SCOPAR - Scientific Consulting Partners
Maximilianstraße 35a
D - 80539 München

Fon: +49 - 89 - 958 98 065
Fax: +49 - 89 - 958 98 066
E-Mail: info@scopar.de

WISSEN - SCHAFFT - NUTZEN