



## LÖSUNGEN



## Welcher Tarif ist der richtige? INNOFACT Tariftest

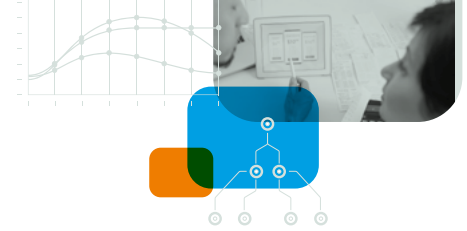
Den richtigen Preispunkt zu treffen, ist ebenso wichtig, wie das richtige Produkt im Markt zu haben. Dabei bedingen sich Produkt und Preis maßgeblich. Ein Produkt kann perfekt ins Marktgeschehen passen, wenn es zu teuer ist, verfehlt es die Käuferschaft. Ist es dagegen zu günstig ist, wird Marge vernichtet.

Tarife sind als eine besondere Ausprägung des Pricing-Geschehens omnipräsent bei der Gestaltung von Preis-Produkt-Bundles: Das können zum einen Konditionen und Entgelte für die Nutzung von Produktpaketen sein, zum anderen geht es um Dienstleistungen oder Zugang zu Abo-Produkten oder Events.

Der **INNOFACT Tariftest** sorgt dafür, dass der optimale Preis-Produkt-Bundle ermittelt wird, sowohl bei Produkten als auch bei Dienstleistungen.

## LÖSUNGEN

### Produkt & Preis Tariftest



## Tariftests für alle Fälle

Die Ausgangssituation für den Test von Tarifen unterscheidet sich erfahrungsgemäß von Fall zu Fall: Vielfach besteht bereits ein Tarifportfolio, oder es ist ein Grundgerüst für Tarife in der Entwicklung. Je nach Detaillierungsgrad und Entwicklungsstand setzt der **INNOFACT Tariftest** mit unterschiedlichen Instrumenten an. Das kann in Form eines monadischen Studiendesigns sein oder als Conjoint-Analyse, wenn alle Tarifbestandteile variiert werden sollen wie z.B. Preis, Laufzeit, Kündigungsfrist, Datenvolumen etc. Bei Online-Angeboten kann **INNOFACT** zudem eine Online-Frontend-Simulation anbieten, die die Customer Journey innerhalb einer Online-Shop-Simulation abbildet.

### Leistungsmerkmale des Tariftests:

- Ermittlung der Wertigkeit einzelner Komponenten
- Optimale Zusammenstellung des Tarifs hinsichtlich Absatz, Umsatz und Gewinn
- Identifikation des optimalen Preis-Produkt-Bundles
- Einfluss der Änderung einzelner Komponenten auf den Output
- Kombination verschiedener Produkte oder Produktpakete wie z.B. Abos, Rabatte, Zusatztarife
- Identifikation des Entscheidungsverhaltens bei der Auswahl von Tarifen & Produktpaketen

### So funktioniert es:

Im Kern bietet **INNOFACT** drei Tariftest-Optionen an: erstens den schnellen, einfachen Vergleich diverser bereits vorhandener Tarife, zweitens die Online-Frontend-Simulation eines Konfigurators auch im Hinblick auf die Customer Journey und drittens Unterstützung bei der grundsätzlichen Neugestaltung eines Tarifs inklusive Pricing anhand einer Conjoint-Analyse.

### Verschiedene Lösungsansätze zum Test von Tarifen:



#### 1 BASIS TARIFTEST

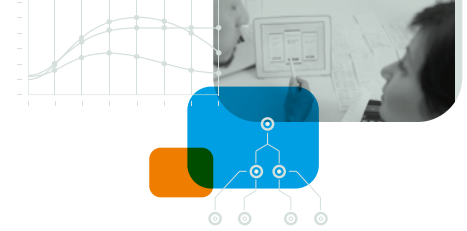
Monadische Bewertung bestehender Tarife anhand ausgewählter Key Performance Indicators (KPIs)

#### 2 ONLINE-FRONTEND-SIMULATION

Simulation eines Online-Shops mit anschließender Tarifbewertung. Mehrere Tarifbausteine können kombiniert und das Entscheidungs(Klick)verhalten kann nachempfunden werden.

#### 3 CONJOINT

Ermittlung der optimalen Tarifzusammenstellung (Absatz, Umsatz, Marge) sowie Bestimmung der Wertigkeit einzelner Tarifelemente.



## 1. Basis Tariftest

Der einfache Portfolio-Test funktioniert i.d.R. auf Basis eines monadischen Testansatzes. Hier werden die Tarife den jeweiligen Probanden-Gruppen als Grafik in Form der Original-Darstellung gezeigt.

Im Anschluss findet die Bewertung der Tarife anhand verschiedener KPIs mit abschließender Take-Rate (Berechnung des potenziellen Revenues) statt.



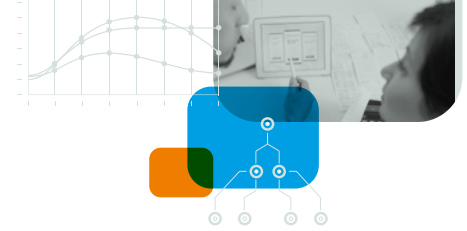
## 2. Online-Frontend-Simulation

In einem zweiten Ansatz wird die Einkaufs-Situation auf einer Website simuliert; anschließend findet die Bewertung des ausgewählten Tarifs statt.

Die Frontend-Simulation wird durch das **INNOFACT-Programming-Team** zur Verfügung gestellt. Hier gibt es ein mehrstufiges Auswahlverfahren, in dem die Befragten auf einer Website zusätzlich zu einem Grundtarif noch weitere Tarif-Bausteine wählen können. Sie haben immer einen dynamischen Warenkorb im Blick.

Im Anschluss an die Auswahl der präferierten Tarif-Kombination erfolgt die Abfrage der tatsächlichen Kaufwahrscheinlichkeit, wie hier am Beispiel des **INNOFIT-Fitness-Centers**.





### 3. Conjoint-Analyse

In der dritten Option werden den Befragten im Zuge einer Conjoint-Analyse mehrere vollständige Tarifvariationen präsentiert. Aus einer Auswahl von i.d.R. drei Tarifen pro Screen soll jeweils der präferierte Tarif ausgewählt werden. Diese Aufgabe wird von jeder befragten Person mehrmals für verschiedene Tarifkombinationen durchgeführt. In der späteren Auswertung kann so die Relevanz jedes einzelnen Tarifmerkmals evaluiert und jede mögliche Tarifkombination und deren entsprechende Reichweite simuliert werden.



#### Wer die Anwender sind

Geeignet ist das Verfahren mit seinen gezeigten Ausprägungen von Basis bis Conjoint für alle Unternehmen, die nach dem optimalen Preis-Produkt-Bundle suchen und in deren Produkt-Portfolio eine Tarifstruktur zu finden ist. Beispiele sind die Fahrgast-Beförderung (z.B. ÖPNV), Reiseveranstalter, Telekommunikationsanbieter, Software as a Service-Provider, Medienhäuser, Business-Event- und Tagungsveranstalter, Museen oder Konzertveranstalter.

### Diese Fragen werden beantwortet

#### 1. Basis Tariftest

- Gefallen, Verständlichkeit
- Take-Rate, Revenue
- Uplift zum Status Quo
- Wettbewerbsvergleich
- Subgruppenbetrachtungen
- Gesonderte Bewertung einzelner Features
- Revenue ja nach Tarif(portfolio)

#### 2. Online-Frontend-Simulation

- Welche Kombinationen aus Haupttarif und Zusatzfeatures werden gewählt?
- Gefallen, Verständlichkeit
- Take Rate, Revenue
- Uplift zum Status quo
- Subgruppenbetrachtungen
- Wie ist das Antwort(Klick)verhalten?  
Wird Auswahl/Entscheidung noch geändert?

#### 3. Conjoint

- Gefallen, Verständlichkeit
- Take-Rate, Revenue
- Uplift zum Status quo
- Markt-Analysen
- Wertigkeit von Tarifbestandteilen
- Optimale Kombination der Tarifbestandteile
- Optimierungen hinsichtlich Share/Revenue/Profit
- Einfluss unterschiedlicher Tarifgestaltungen auf Share/Revenue/Profit
- Subgruppenbetrachtungen
- „Was wäre wenn ...“-Szenarien im Wettbewerbsvergleich

Foto: Adobe Stock