



GIM SALESBOOSTER

Best Practice **BUNDLING IV**

Kombination von zwei
Marken/Zahlungsprodukten



GIM | RELEVANCE COUNTS.

IHRE FRAGESTELLUNG

Wir überlegen zwei starke Marken für Zahlungsprodukte zu kombinieren, um unseren Kunden mehr Funktionen zu bieten sowie eine breitere Akzeptanz und mehr Umsatz im Handel zu erzielen. Aber wie kommt diese Fusion bei den Konsumenten an (Bundle vs. getrennte Marken)?
Zusätzlich soll das neue Produkt über digitale Funktionen verfügen, wie z.B. Sofortbenachrichtigung bei Überschreitung von Zahlungslimits, Kontoauszug mit Darstellung der Umsätze nach Kategorien oder Rabatte bei Online-Händlern. Würden unsere Kunden dafür etwas bezahlen?



Tina

UNSER ANSATZ



UNSER ANSATZ FÜR TINAS FRAGEN

Kombination aus einem realitätsnahen Wahlexperiment mit Wahlsimulator.



Realistisches Wahlexperiment

mit verschiedenen Produktinhalten, die den Teilnehmern zur Auswahl stehen. Alle Kombinationen werden berücksichtigt. Die Befragten konnten auch angeben welche digitalen Eigenschaften für sie grundlegend waren und welche unakzeptabel waren.



Wahlsimulator

Mit dem wir verschiedene Szenarien für unsere Produktideen simulieren und optimale Produkte identifizieren konnten.



In einer **qualitativen Vorphase** wurde zudem ein erstes Verständnis der möglichen digitalen Funktionen herausgearbeitet sowie tiefere Erkenntnisse bzgl. Abstrahleffekte beider Marken (z.B. Markenimage) ermittelt.

TINAS ERKENNTNISSE

- Die Idee des kombinierten Zahlungsprodukts mit zwei starken Marken wurde von den Kunden sehr gut angenommen.
- Sofortbenachrichtigungen bei Überschreitung des Zahlungslimits und Rabatte bei Online-Händlern wurden durchweg positiv bewertet. Die Zahlungsbereitschaft dafür war aber recht gering.
- Die Darstellung der Umsätze nach Kategorien wurde von einigen sehr positiv aufgenommen, von anderen stark abgelehnt. Wir werden sie daher noch nicht anbieten.
- Auch wenn wir für die digitalen Zusatzfunktionen nur einen geringen Preis verlangen können, können wir mit dem optimal simulierten Produkt unseren Umsatz im Handel um 12% steigern.

IHR KONTAKT

GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH

Goldschmidtstr. 4–6 | 69115 Heidelberg

Telephone: +49 (0)6221 83280 | Fax: +49 (0)6221 832833

info@g-i-m.com | www.g-i-m.com



Julia Haug

Senior Research Manager

+49 (0)6221 8328 687

j.haug@g-i-m.com



GIM | RELEVANCE COUNTS.