

Erfolgreiches neues Produktportfolio für großen europäischen Telekommunikationsanbieter dank Virtueller Testmärkte

Issue

Als einer der großen europäischen Telekommunikationsanbieter hat dieses Unternehmen eine starke Marktposition mit klassischen Voice-Produkten. Aufgrund stetiger Veränderungen im Markt, verlor unser Klient jedoch zunehmend Kunden in traditionell starken Tarifen, ohne dies mit neuen Produkten ausgleichen zu können.

Steigerung der Marktanteile für neue Produktangebote

Trotz einer wachsenden Tendenz am Markt, Tarif-Bundles anzubieten, hinderte traditionelles, produktzentriertes Denken unseren Klienten daran, seine Kunden als Individuen mit verschiedenen Bedürfnissen im Bereich Telekommunikation anzusehen. Darüber hinaus ermöglichten seine organisatorischen Strukturen keinen gemeinsamen Entwicklungsprozess für die Erstellung von gebündelten Tarifen, um einen neuen Kundenstamm zu erschließen.

Challenge

Um die richtige Mischung aus Einzel- und Tarifpaketen zu identifizieren, wandte Analyx seine individualisierbaren *Virtuellen Testmärkte* an. *Virtuelle Testmärkte* sind Computersimulationen, die reale Märkte und ihre Teilnehmer nachbilden. Sie basieren auf einer hochentwickelten Modellierungstechnik, dem Agent-Based-Modeling.

Solution

Das Modell erfasst nicht nur die konkreten Angebote der Konkurrenz, sondern auch, wie sich Kunden für den Kauf eines neuen Telefon-, Internet- und TV-Tarifs entscheiden. Marktsimulationen, die die zwei Folgejahre abbilden, lassen nicht nur Rückschlüsse darüber zu, *welche* Produkte von Verbrauchern gekauft werden, sondern auch von *wem* und *warum*.

Darüber hinaus ist der Klient dank der Verwendung unserer *Virtuellen Testmärkte* in der Lage,

- den Erfolg neuer Produkte exakt vorherzusagen,
- den Effekt festzustellen, den Mundpropaganda am Markt auf seine Marktanteile hat,
- das richtige Maß an Marketingmaßnahmen zu bestimmen, um sein Produktportfolio zu unterstützen sowie
- die hohen Kosten erfolgloser Testverkäufe zu vermeiden.

Impact

Analyx' *Virtuelle Testmärkte* haben den Klienten beim Verbessern seines Produktentwicklungsprozesses und somit beim Optimieren eines neuen Produktportfolios unterstützt, was zu einer signifikanten Steigerung der Marktanteile für neue Produktangebote geführt hat.

Kontakt

Bernhard von Skerst (Europe)
 bernhard.vonskerst@analyx.com
 phone: +49-171-226-46-70
 skype: analyx19



Dr. Oliver Bandte (U.S.)
 oliver.bandte@analyx.com
 phone: +1-617-763-8082
 skype: analyx26

