



GIM SALESBOOSTER

# Best Practice PORTFOLIO- OPTIMIERUNG

Pricing- und Rangeoptimierung  
im Markt der Konfitüren



GIM | RELEVANCE COUNTS.

# IHRE FRAGESTELLUNG

Unsere Konfitüren-Marke braucht neue Impulse. Der Wettbewerb bietet teilweise mehr Inhalt zu niedrigeren Preisen und auch andere Sorten. Deshalb überlegen wir auf Bio zu setzen, ein Gütesiegel zu verwenden, den Preis zu senken oder die Inhaltsmenge zu erhöhen. Oder sind neue Sorten die Lösung? Muss ich alles machen, um erfolgreicher zu sein oder reicht eine Maßnahme?



# UNSER ANSATZ



## UNSER ANSATZ FÜR MAX' FRAGEN

Simulierte Kaufsituation & Marktsimulator als Ergebnis

- **Simulierte Kaufsituation an einem nachgebildeten Lebensmittelhandels-Regal**  
Mit dem Wahlexperiment konnten wir die Wirkung verschiedener Kombinationen aus Packungsgrößen, Sorten und Gütesiegel am Regal im Wettbewerbsumfeld prüfen.
- **Marktsimulator**  
Damit konnten wir unterschiedliche Marktszenarien prüfen und vergleichen, um die Maßnahme mit den Größten Umsatzplus zu identifizieren.

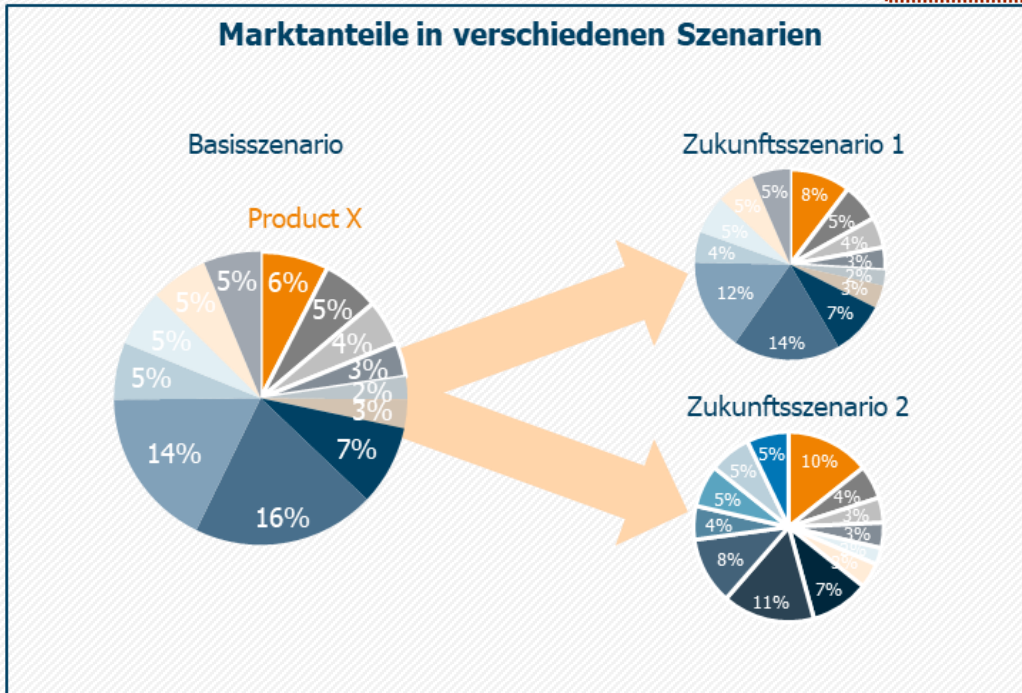
## MAX' ERKENNTNISSE

- Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die wichtigsten Produkteigenschaften bei Konfitüren der Preis und die Kombination aus Marke und Sorte sind.
- Die Inhaltsmenge hat eine geringere Relevanz für die Wahl. Ebenso Bioinhaltsstoffe oder ein Gütesiegel.
- In der Simulation zeigt sich, dass eine Preisreduktion um 10% den größten positiven Effekt hätte.
- Auch die Optimierung der Range durch den Austausch dreier alter Sorten gegen vier neue Geschmacksvarianten steigert den Umsatz und Absatz.

# OUTPUT

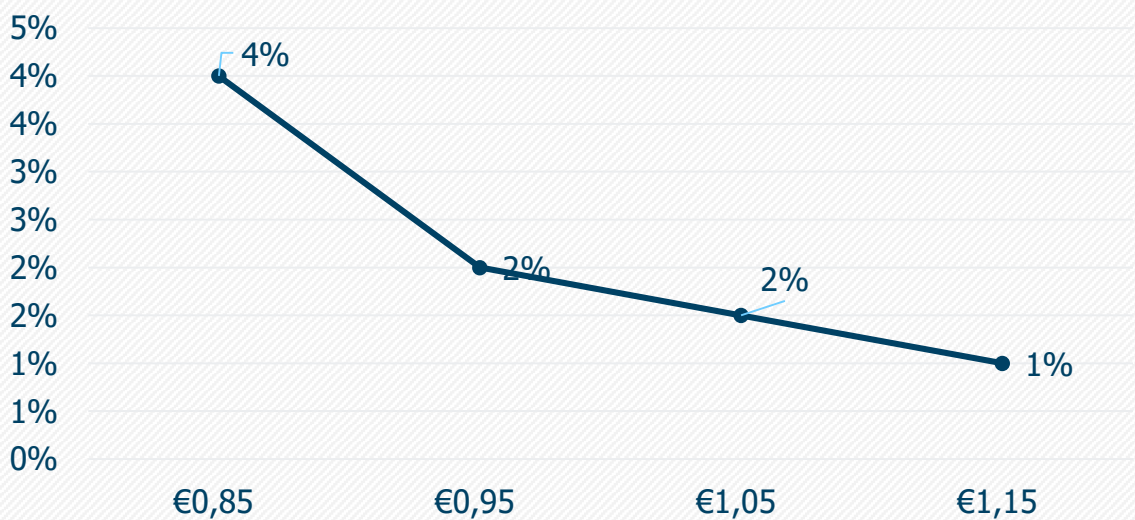
## VERGLEICH VON MARKTSZENARIEN

Fictitious data



## PREISELASTIZITÄT PRO EIGENSCHAFT

Wahlanteile für eine neue Marmeladensorte zu verschiedenen Preisen



## 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



#### **Ron Degen**

Senior Research Director

+49 (0)6221 8328 292

r.degen@g-i-m.com



**GIM | RELEVANCE COUNTS.**