

Vocatus - Wissen für Entscheider

flashlight



**Konzepttest
Tierpflegeprodukt**

Das Ziel

Letzter Feinschliff vor dem Launch

Ein internationaler Hersteller von Tierpflegeprodukten beauftragte uns mit einem Produkt-Konzepttest für ein innovatives Tierpflegeprodukt für Hunde und Katzen. Dabei sollten vor allem folgende Fragen beantwortet werden:

- Akzeptanz und Attraktivität der Produktinnovation bei potenziellen Kunden
- Wahrgenommener Hauptnutzen: Pflege, Reinigung oder Desinfektion
- Nutzungsbarrieren und sinnvolle Vertriebskanäle

Der Weg

Online-Tagebücher für konkrete Alltagserfahrung

Die Studie wurde in drei Modulen durchgeführt:

- Experteninterviews mit Tierärzten
- Fokusgruppen zur qualitativen Bewertung der Produktidee (spontane Bewertung)
- Home-Use-Test mit Hunde- und Katzenbesitzern (Bewährung im Alltag)

Die Home-Use-Tests wurden als Längsschnittstudie mit Online-Tagebüchern durchgeführt, um die konkrete Alltagserfahrung im Zeitverlauf zu erfassen.



Das Ergebnis

„Für unsere Hunde ist uns nichts zu schade“

Insbesondere Hunde werden von ihren Besitzern als Familienmitglied gesehen und vermenschlicht. Dazu passend wird das Produkt primär als eine Verwöhnpflege gesehen, die sich gut in die Alltagsroutine integrieren lässt.

Die weiteren Produkteigenschaften „Reinigung“ und „Desinfektion“ wurden von den Kunden auch geschätzt, waren aber nicht der eigentliche USP. Im Marketing wurde daher der Pflegeaspekt in den Vordergrund gestellt.

Die Tierärzte wiesen darauf hin, dass dieses Pflegeprodukt medizinisch nicht notwendig ist. Daher erfolgte der hauptsächlichliche Vertrieb über den Fachhandel und nicht über Tierärzte.



Die Vorschläge

Verpackung und Geruch sollten optimiert werden

Der Home-Use-Test zeigte drei kritische Aspekte, die vor dem Launch verbessert werden sollten:

- ➔ Handhabung und Verschließbarkeit der Packung ist kritisch und für die Kunden frustrierend. Deshalb wurde ein leichtgängiger Verschluss mit akustischem Schließgeräusch eingeführt.
- ➔ Der Geruch wird als zu intensiv und chemisch wahrgenommen und wurde daher etwas dezenter gestaltet.
- ➔ Die Tierärzte äußerten Bedenken wegen eines Inhaltsstoffes, der für Katzen giftig ist. Das Produkt wird daher vorerst nicht für Katzen vermarktet, bis der Inhaltsstoff ersetzt werden kann.

vocatus:



Für unsere Projekte werden wir seit Jahren kontinuierlich prämiert und international ausgezeichnet:

- 2013** ESOMAR – Gewinner “Research Effectiveness Award”
- 2012** ESOMAR – Gewinner “Research Effectiveness Award”
- 2010** ESOMAR – Gewinner “Award for the Best Methodological Paper”
- 2010** Preis der Deutschen Marktforschung – Gewinner “Beste Studie”

Wenn Sie Ihre innovative Produktidee unverbindlich mit unseren Experten besprechen möchten, kontaktieren Sie uns einfach unter: hardy-koth@vocatus.de