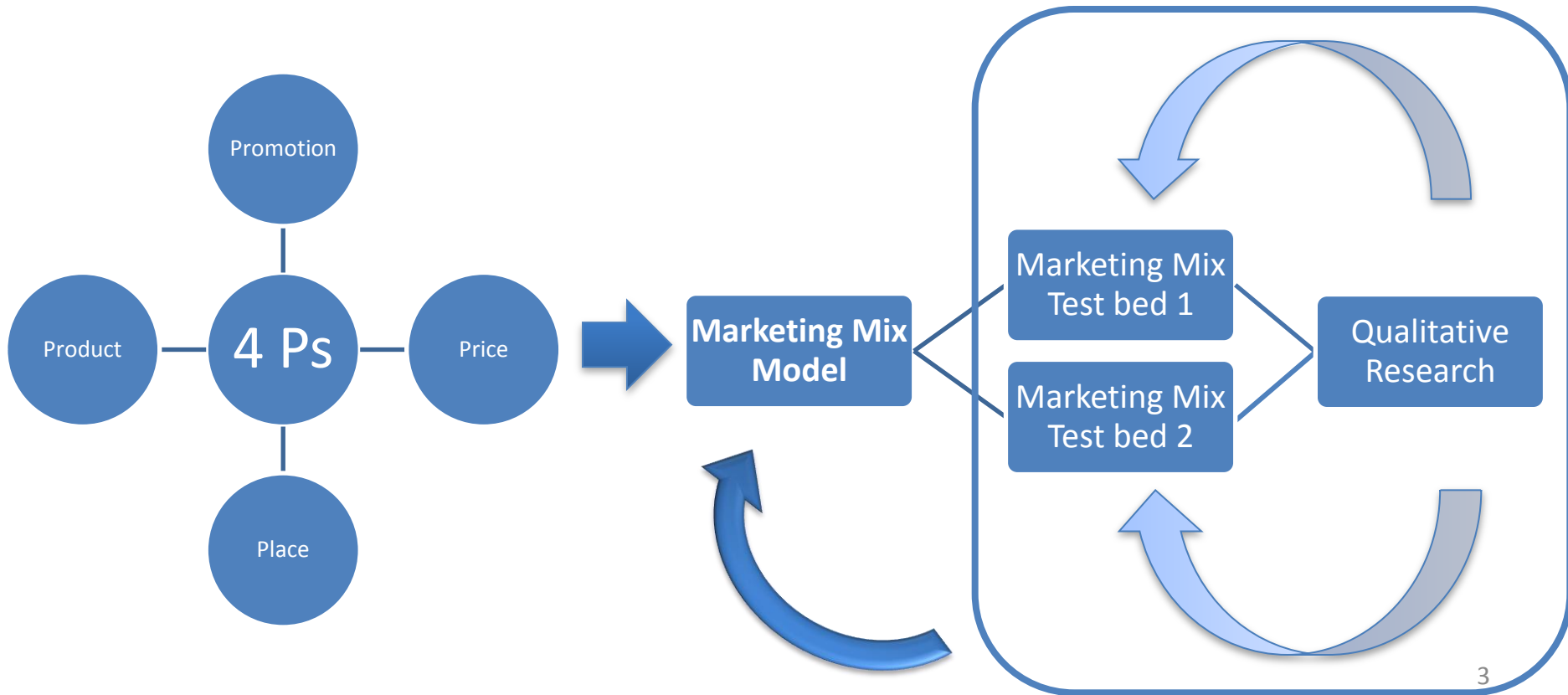


MARKETING TEST BED

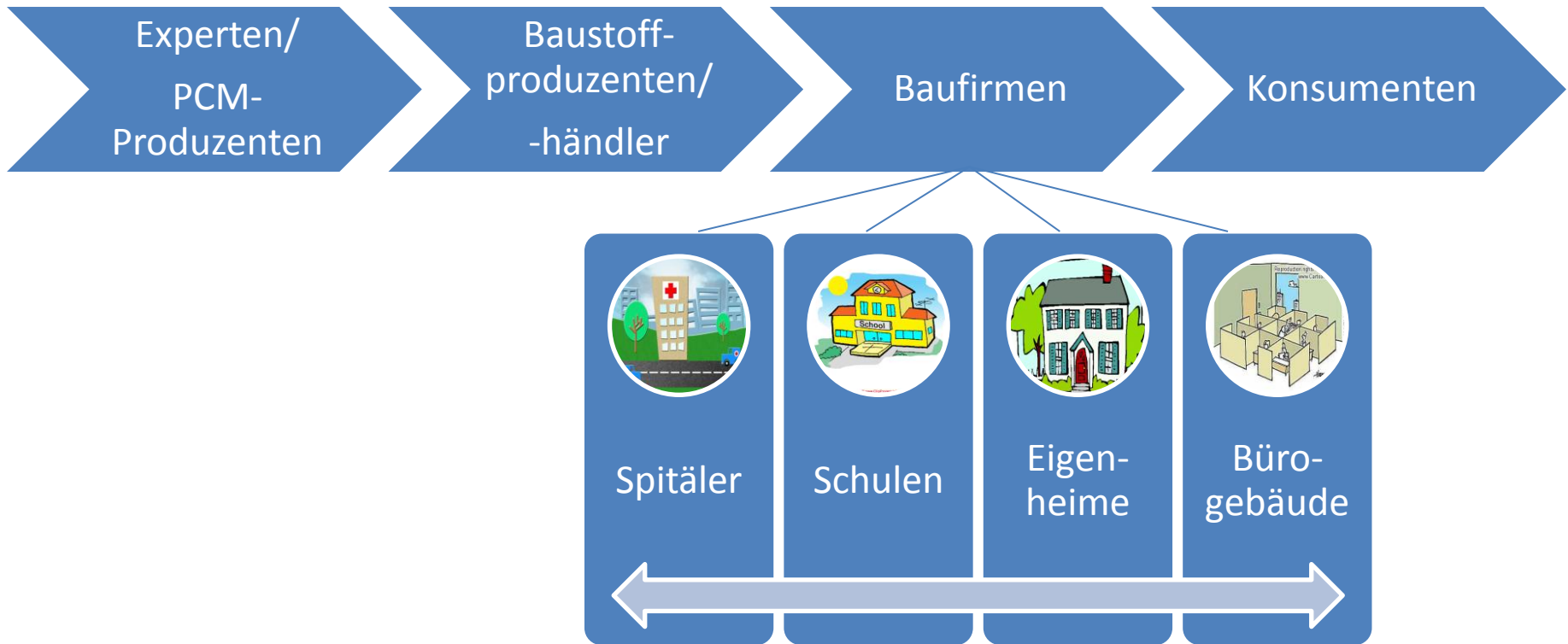
Definition

- Methodisches Hilfsmittel
- Markteintritt im Innovationsmarketing = kritische Phase
- Community-based innovation und open innovation Ansätze
- Modelle zur Technologieakzeptanz bzw. –widerstand
 - (wahrgenommener Nutzen (PU), wahrgenommene Benutzerfreundlichkeit (PEoU))

Modell



Zielgruppen



Diskussionsfragen

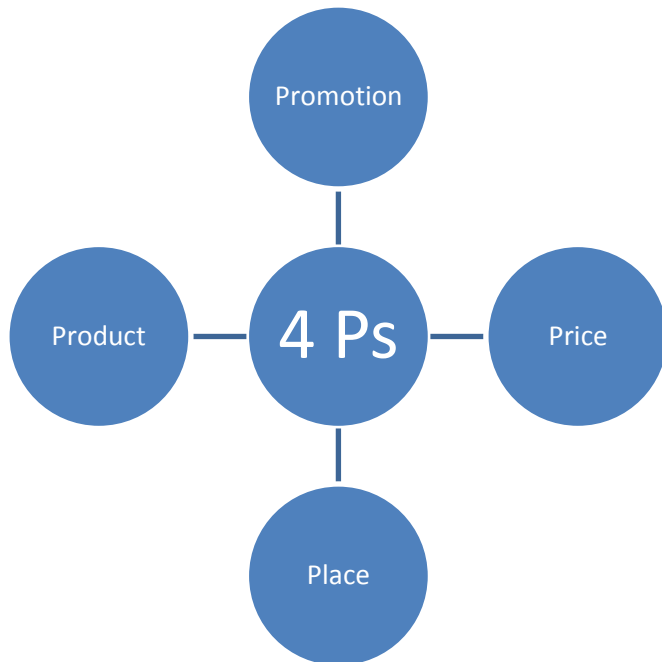
- Welche Einsatzbereiche würden Sie für PCM vorsehen?
- In welchen dieser Einsatzbereiche ist das Nutzenpotenzial am größten?
- Wer setzt heutzutage schon PCM ein? In welchen Bereichen? In welchem Ausmaß?

INTERVIEWVORHABEN

Interviewvorhaben

- **Vorbereitung eines Marketingtestbeds mittels qualitativer Marktforschung:**
 - Fokusgruppeninterviews/Workshop
 - Problemzentrierte Interviews

Beispiel: Burgenländische Hochbaufirma



- **Fragen, um den Marketing Mix zu definieren:**

- Promotion
- Price
- Place
- Product

Fragen

Product:

- Wie muss das Produkt aussehen?
 - Vorteile/Nachteile?
 - Gründe?
 - Wie könnten Nachteile beseitigt werden?
 - Einsatzbereiche?

Fortsetzung Fragen

Price:

- Wie viel darf/muss das Produkt kosten?
 - Mindest-/Höchstpreis?
 - Für welche Applikation?
 - Wirtschaftlichkeitsrechnung?
 - Einflüsse?
 - Mengenrabatt?

Fortsetzung Fragen

Place:

- Wie wichtig ist die Produkt-Verfügbarkeit?
 - Beschaffungswege?
 - Lieferzeiten?
 - Unterschied Vertrieb in Österreich, Deutschland oder anderen Ländern?

Fortsetzung Fragen

Promotion:

- Wie muss die Promotion aussehen?
 - Welche Kommunikationsformen?
 - Welche Argumente?
 - Welche Kommunikationskanäle?

Vielen Dank!

Fragen?

Kontakt:

Lisa Holzer

E-Mail: holzer@hitechcentrum.eu

www.hitechcentrum.eu

Quellen

Harland, Alice; MacKay Christina; Vale Brenda; PHASE CHANGE MATERIALS IN ARCHITECTURE

Kalz, Doreen; Mehling, Harald Dr.; Schossig, Peter Dr.;
LATENTWÄRMESPEICHER IN GEBÄUDEN: WÄRME UND KÄLTE KOMPAKT
UND BEDARFSGERECHT SPEICHERN

Filo, Peter; Hasenauer, Rainer; Störi Herbert; THE MARKETING OF HIGH-TECH
INNOVATION: RESEARCH AND TEACHING AS A MULTIDISCIPLINARY
COMMUNICATION TASK