



GfK

GfK Consumer Tracking

GfK MobilitätsMonitor

Consumer Insights von Auto bis Zug



Den Verbraucher beobachten – den Verbraucher verstehen

Um die richtigen Entscheidungen in Marketing und Vertrieb zu treffen, ist es für Sie wichtiger denn je, das Verhalten Ihrer Kunden in seiner Gesamtheit zu verstehen.

Wir bieten Ihnen umfassendes Wissen über das vollständige Mobilitätsverhalten Ihrer Kunden!

GfK. Growth from Knowledge



[Ausgangssituation]

Unternehmen müssen Entscheidungen treffen, Entscheidungen basieren auf Wissen.

Die rasante Entwicklung der Tourismuswirtschaft diktiert zunehmend das Tempo Ihres Marketings. Mit dem richtigen Know-how können Sie dabei auf der Überholspur bleiben!

Mobilität

Das Mobilitätsverhalten selbst verändert sich permanent – nicht nur bei den Mobilitätsanlässen, sondern auch bei der Wahl der Verkehrsmittel.

Parallel dazu sorgt das Internet für eine Revolution am Point of Sale und eine uneingeschränkte Informationsmobilität. Um darauf kurzfristig reagieren zu können, bedarf es leistungsfähiger Informationssysteme.

ConsumerTracking

Die Qualität eines Informationssystems lebt in erster Linie von der Güte der integrierten Informationen und Daten. Einen besonderen Beitrag leisten für weite Teile der konsumorientierten Wirtschaft seit Jahrzehnten die Verbraucherpanelbefragungen der GfK Panel Services. Seit Anfang 2009 gibt es nun auch vergleichbare und ereignisnah verfügbare ConsumerTrackings zum Mobilitätsverhalten.

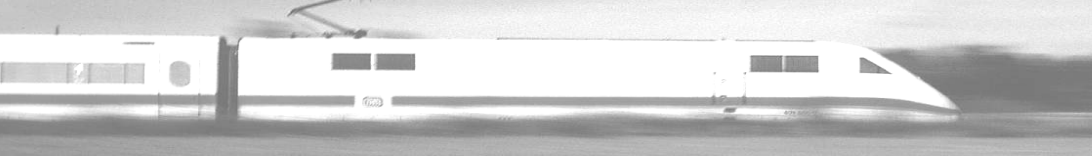
Von Daten zu Taten

Die erfolgreiche Umsetzung von Informationen hängt von der Verknüpfung unterschiedlicher Datenbanken und Marktforschungserhebungen ab. Aus diesem Grunde gehen wir in unseren Lösungen gezielt den Weg, Ergebnisse aus der langfristig angelegten Verbraucherpanelforschung mit n punktuell ergänzenden Ad-hoc-Untersuchungen „single-source“ intelligent zusammenzuführen.

Sie als Kunde profitieren im täglichen Business von Erkenntnissen zum Mobilitätsverhalten in einer maximal möglichen Breite und Tiefe. Dieses Wissen über Ihre Kunden ergänzen wir mit Hilfe von Analysen, Interpretationen, Workshops und Argumentationen.

GfK

consumer tracking



[GfK MobilitätsMonitor]

**Das Kernstück unserer Informationsservices ist das Wissen:
Wer ist wann, wo, wie oft und warum mobil?**

Je schneller Sie über derartige Informationen verfügen, umso besser. Denn nicht nur die Reisenden sind in Bewegung – auch der gesamte Reisemarkt und mit ihm der Wettbewerb werden schnelllebiger. Ihre Entscheidungen und Planungen wollen gut überlegt sein und müssen aufgrund gesicherter Erkenntnisse getroffen werden. Die folgenden Punkte zeigen, warum dies der GfK MobilitätsMonitor leistet.

- Erhebung jeder einzelnen Fahrt ab 50 km für alle Mobilitätsanlässe einschließlich der beschreibenden Verhaltens- und Strukturmerkmale
- Schaffen einer Marktwährung bei reduziertem Aufwand an Erhebungskosten je Auftraggeber / Datenbezieher

Zielsetzung

- 20.000 Haushalte in einem der GfK Verbraucherpanels mit 45.000 Personen ab 0 Jahren
- Repräsentativ für 74 Mio. Personen nach Geschlecht, Alter, Haushaltsgröße, Beruf, Ortsgröße, Bundesland

Stichprobe

- Schriftliche Einfrage teils online, teils postalisch
- Befragung im Kern reisebezogen: Wer hat welche Fahrt unternommen?

Methodik

- Reiseaktivitäten werden monatlich erhoben, Berichterstattung der Ergebnisse erfolgt im gleichen Zyklus
- Reporting je nach Ausrichtung und Skalierung sowohl in vordefinierten Chartberichten als auch in eigens von GfK programmierten Auswertungstools für Consumer-Tracking-Daten (GfK AnalyzeIT)

Auswertung



consumer tracking



[Analyse]

Wer die Zukunft gestalten will, muss in der Vergangenheit blättern.

Von der Marktbeobachtung über individuelle Zielgruppenmodelle bis zur umsetzungsorientierten Marketingberatung: Mit unseren Informationsservices sind Sie den Bedürfnissen der Reisenden kontinuierlich auf der Spur.

1. Market Tracking

Der GfK MobilitätsMonitor hat die Verhaltensveränderung der Konsumenten am Reisemarkt im Fokus – eine der wichtigsten Voraussetzungen, um Marketing- und Vertriebsmanagern eine fundierte Basis für ihre Lösungen zu liefern. Mit unseren regelmäßigen Erhebungen erlangen Sie Transparenz über den Reisemarkt, die einzelnen Teilmärkte bis hin zu einzelnen Unternehmen, die Nachfrage und das Volumen, die Strukturen, Potenziale und Entwicklungen.

2. „Reason Why“

Die Analyse der Marktveränderungen und der Verhaltensmuster der Reisenden ist der nächste Schritt. Was verändert sich, warum entwickeln sich die Märkte so und nicht anders – der analytische Blick auf den Markt und die Zielgruppensegmente bildet die Basis für das Verständnis Ihrer Kundengruppen.

3. Modelling

Der Einsatz modernster Analyse-Technologie identifiziert Verhaltensmuster und ermöglicht Simulations- und Zielgruppenmodelle. Damit können für Ihre Zielgruppen die Auswirkungen alternativer Marketing-Mix-Strategien bewertet werden – ganz im Sinne von „Heute schon wissen, was morgen passiert!“

GfK

consumer tracking



[Bearbeitung]

Durchgängige Informationen über alle Stufen des Planungs-, Steuerungs- und Marktbearbeitungsprozesses existieren nicht nur in der Theorie.

Von der Marktbeobachtung über die strategische Planung bis hin zur operativen Marktbearbeitung: Mit Single-Source-Daten aus dem GfK MobilitätsMonitor erreichen Sie Ihre Kunden ohne Erkenntnislücken und Wissensbrüche.

Umfassendes Wissen über das tatsächliche Reiseverhalten Ihrer Zielgruppen und den von Ihnen erzielten Marktanteil ist die Grundlage für Ihre Marketing- und Werbeplanung. Der GfK MobilitätsMonitor und die damit verbundenen Services schaffen Transparenz über alternative Marketing-Impulse und deren mögliche Effekte.

4. Planning

Erfolg kommt dann zustande, wenn strategische Vorgaben in die Planung unmittelbar einfließen und direkt ohne Streuverluste in die operative Marktbearbeitung weitergegeben werden. Da wir den Konsumenten in seinem Verhalten und Wesen ganzheitlich betrachten, versetzen wir Sie in die Lage, die einmal gewonnenen Erkenntnisse über alle Stufen des Marketingprozesses zu nutzen.

5. Implementation

Wir verfügen über Schnittstellen und Auswertungstools, um die Informationen zum Reiseverhalten der Bevölkerung mit Daten aus unterschiedlichen Bereichen Ihres Unternehmens verknüpfen zu können. Auf Grundlage eines umfassenden Einblicks in den Markt können Sie die Zusammenhänge von Ursache und Wirkung erkennen und verstehen.

6. Controlling



consumer tracking



[Antworten]

Qualität und Service, Convenience, Sicherheit, Loyalität und Preis – was sind die entscheidenden Faktoren?

Die Fragestellungen aus Strategie, Planung und Steuerung sind vielfältig. Der GfK MobilitätsMonitor liefert Ihnen die Antworten zu folgenden Aspekten:

Markt & Zielgruppen

- Wie entwickelt sich das Mobilitätsverhalten im Zeitverlauf?
- Was buchen die Reisenden zu welchen Preisen?
- Welche Kundensegmente bestehen?
- Wie entwickeln sich Ihre Zielgruppen?
- Wie entwickelt sich der Wettbewerb?

Verhaltensänderung

- Wie viel Marktvolumen wird von welchem Konkurrenten gewonnen?
- Wie verhalten sich die Stammkunden?
- Welche Kunden gehen verloren?
- Welche Kunden können neu dazu gewonnen werden?

Produkte & Services

- Welchen Marktanteil erreicht Ihr Unternehmen mit welchen Services?
- Wo wird gebucht und wann wird gereist?
- Wird ein Buchungskanal bevorzugt? Wenn ja, warum?
- Welche Bedeutung haben unterschiedliche Reiseanlässe auf die Verkehrsmittelwahl?
- Welchen Erfolg haben Produkt- und Serviceinnovationen?

Umsetzung & Controlling

- Welchen Einfluss haben Werbung und Marketingaktionen?
- Wo verspricht welche Werbeaktion besonderen Erfolg?
- Welche Homepages wurden vor Buchung einer Reise besucht? Welche Werbebanner wurden angeklickt?
- Warum ändert der Reisende plötzlich sein bisheriges Reiseverhalten?

GfK

consumer tracking



[Mehrwert]

Käuferreichweite und -loyalität sind die entscheidenden Faktoren zur Bestimmung Ihres Markterfolgs.

Effektive und effiziente Marktbearbeitung sind die Treiber für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung. Der GfK MobilitätsMonitor unterstützt Sie durch...

Unsere Verbraucherpanelstichprobe ist bevölkerungsrepräsentativ strukturiert und zeichnet sich durch hohe Teilnehmerkonstanz aus. Die Mitarbeitsqualität der Befragten wird laufend kontrolliert.

... Repräsentativität

Die kontinuierliche Erhebung in derselben Stichprobe minimiert die Gefahr von Stichprobenverzerrungen bei der Analyse der Daten im Zeitvergleich.

... Validität

Die Details zum Reiseverhalten werden sehr zeitnah zum Ereignis erhoben und können den Auftraggebern binnen weniger Tage zur Verfügung gestellt werden.

... Ereignisnähe

Die Datenbasis wird im Einklang mit dem Erhebungszyklus aktualisiert. Online verfügbare Datenbanken und browserbasierte Auswertungstools erlauben Ihnen jederzeit den Zugriff auf die Informationen von jedem Standort aus.

... Performance

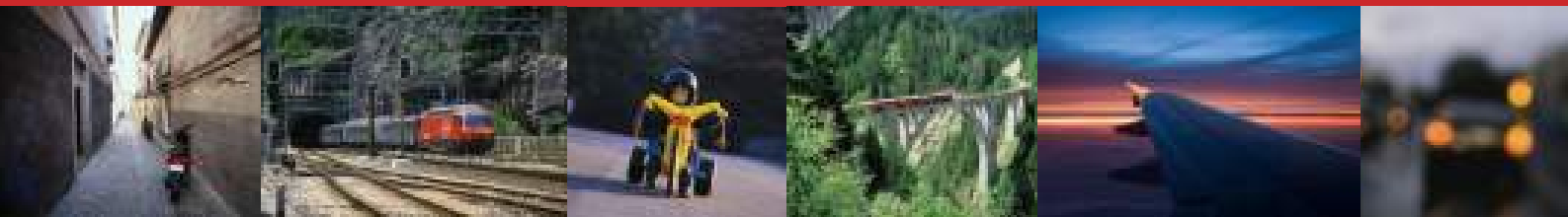
Die Anlage als syndikatisiertes Marktforschungsinstrument reduziert die Erhebungskosten je Kunde. Die Strukturdaten (wie z. B. Mediennutzung) werden nur einmal erhoben – das hilft Ihnen unmittelbar Geld zu sparen.

... Forschungseffizienz

GfK

consumer tracking

Chancen erkennen – Zukunft gestalten!



Nähere Informationen bei

Herbert Lechner
0911 395-3668
herbert.lechner@gfk.com

Roland Gaßner
0911 395-4535
roland.gassner@gfk.com

Marco Grüninger
0911 395-3128
marco.grueninger@gfk.com

<http://www.gfk-mobilitaetsmonitor.com>

Adresse

GfK SE
Panel Services Deutschland
Nordwestring 101
90419 Nürnberg