



FALLSTUDIE:

B2B Preisforschung

Ermittlung des optimalen Preispunktes (OPP) eines innovativen, biochemischen Stoffes

Die Herausforderung:

Unser Kunde, ein Hersteller biochemischer Substanzen für den In-vitro Diagnostikamarkt, hatte ein neues Produkt entwickelt. Es handelte sich um einen neuen Stoff zum Nachweis von Antikörpern, dessen Empfindlichkeit der Hersteller durch die Entnahme eines bestimmten Proteins (Bovines Serumalbumin) um ein Vielfaches verbessert hatte.

Nun wollte das Unternehmen den optimalen Preispunkt des Produktes herausfinden. Da es sich, laut Hersteller, bei dem Produkt um eine wirklich bahnbrechende Neuentwicklung handelte, erwartete man den Preis des nächstbesten Wettbewerbsproduktes deutlich überbieten zu können.

Die Lösung:

Wir führten eine Umfrage unter Einkäufern verschiedener Branchen durch, um herauszufinden, ab welchem Preis Kunden das Produkt als zu billig und wann als zu teuer wahrnehmen würden. Dazu führten wir eine Reihe verschiedener Analysen (unter anderem nach Gabor-Granger und van Westendorp) durch. Aufgrund der komplexen Lizenz- und Preisstruktur des Herstellers und der Art des Produkts gestaltete sich die Preisanalyse zunächst schwierig. Deswegen mussten mehrere Voranalysen durchgeführt werden, um die Preisspanne, die im eigentlichen Test betrachtet werden sollte, zu bestimmen.



Die Erkenntnis:

Die Auswertung zeigte, dass das Unternehmen in vielen Zielmärkten, aufgrund der herausragenden Eigenschaften des Produktes, selbst bei einer 25%igen Erhöhung des Produktpreises (im Vergleich zum Vorgängerprodukt) eine Niedrigpreisstrategie verfolgen könnte. Die maximal empfohlene Preiserhöhung lag bei 75% (empfohlene Höchstgrenze einer Hochpreisstrategie). Aufgrund der Ergebnisse empfahlen wir unserem Kunden eine Preiserhöhung im mittleren Segment dieser Preisspanne.

Interessanterweise fanden wir darüber hinaus heraus, dass nicht alle Kunden die höhere Empfindlichkeit des Teststoffes bevorzugten. Umfrageteilnehmer aus der Lebensmittelindustrie sagten aus, dass das Produkt für ihre Zwecke in der Tat zu empfindlich sei und zum Nachweis von Substanzen führen würde, die nicht unbedingt in der kritischen Konzentration vorhanden seien. Deswegen empfahlen wir unserem Kunden darüber hinaus, das Vorgängerprodukt weiterhin an die betroffenen Branchen zu vermarkten.