



Bild: pixabay_interface-g6dbad508d_1280

Awareness- & Image Tracking

Unser Angebot für den Case Skinovi®

Awareness- & Image Tracking

Inhalt

- Tracking-Studien - Intro
- Skinovi®-Tracking 2023 - Studiendesign & Angebot
- anwema - Ihre Vorteile & Kontakt

Trackingstudien - Intro

Umfragebasierte Trackingstudien beobachten, was sich in den Köpfen der Zielgruppe bewegt

Die Aufgabe von Tracking-Studien wie Awareness- oder Imagetrackings:

- Den Einfluss bzw. die Wirkung von Marketingaktivitäten innerhalb der Zielgruppe überprüfen
- Die Markenposition der eigenen Marke im Wettbewerbsvergleich und Zeitverlauf beobachten

Typische Fragestellungen von Trackingstudien:

- Wie bekannt bzw. vertraut ist unsere Marke aktuell und im Vergleich zum Wettbewerb?
- Wie gut werden unsere Maßnahmen oder Botschaften erinnert, wie gut die des Wettbewerbs?
- Wo steht unsere Marke aktuell im Relevant Set (Verwendungsbereitschaft)?
- Welche Imagekriterien werden mit der Marke assoziiert, welche mit der Konkurrenz?

Typisch für Studiendesigns von Trackingstudien:

- Ein Tracking wird als Zeitreihenbefragung aufgesetzt und mehrfach durchgeführt
- Es beschränkt sich auf die relevanten KPIs* / Fragestellungen
- Die Fragestellungen bleiben über die Zeit unverändert**
- Befragt wird stets die langfristig relevante Zielgruppe***



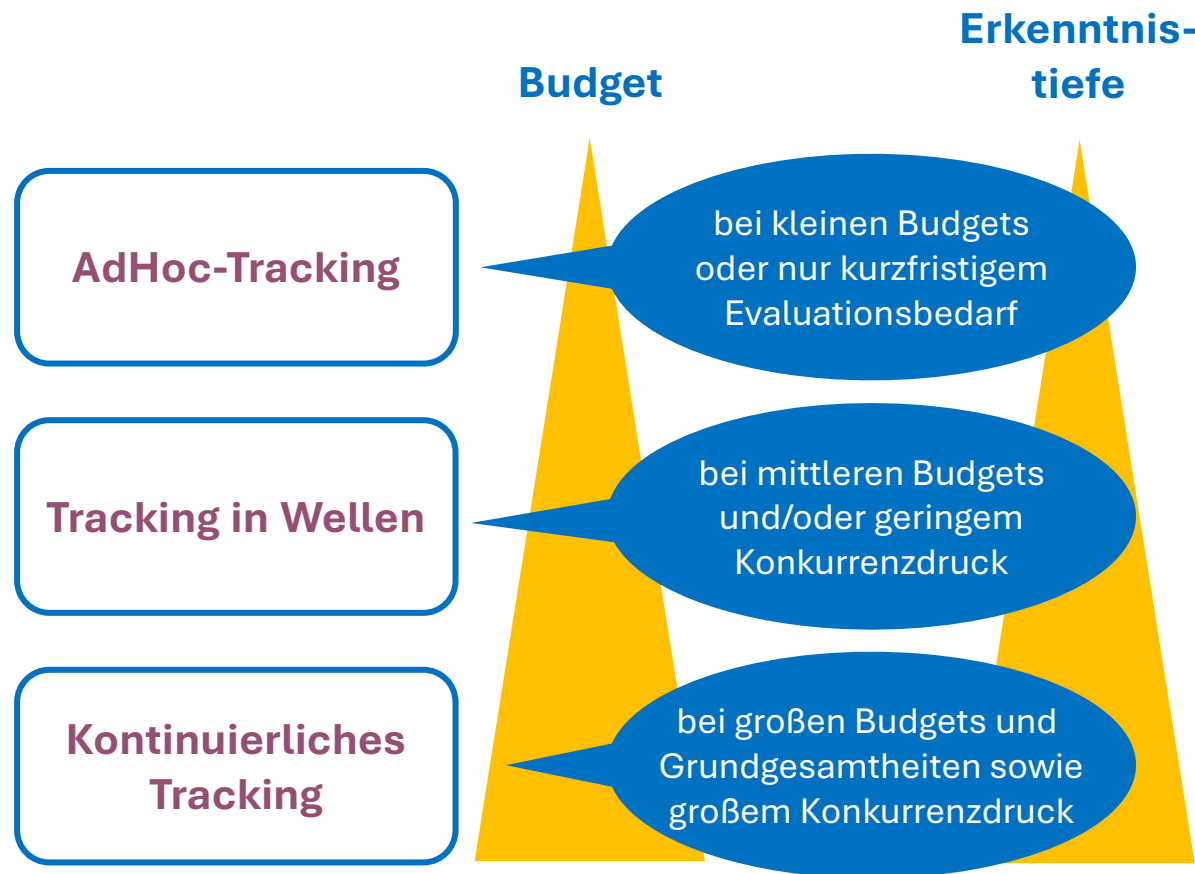
*Key Performance Indicators, also die marketingrelevanten Leistungsparameter (Bekanntheit, Werbeerinnerung, etc.)

**Nur gleichbleibende Trackings ermöglichen volle Vergleichbarkeit. Am Ende des Fragebogens können 2-3 variable Fragen aufgenommen werden, die ab und zu wechseln

***Durch die Wahl der generellen Zielgruppe bleibt die Datenbasis brauchbar, auch wenn sich der Fokus auf Sub-/Zielgruppen im Marketing über die Zeit verändert

Trackingstudien - Intro

Je mehr desto besser gilt vor allem bei B2C; in spitzen Zielgruppen setzt die Machbarkeit die Grenzen

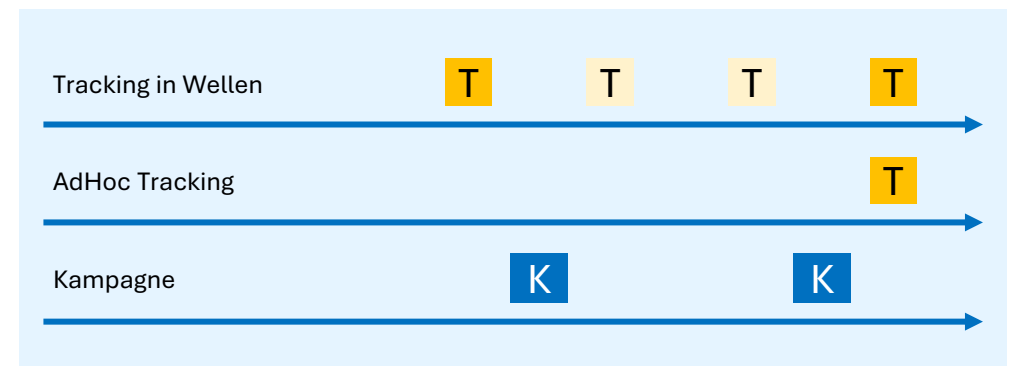


Der ideale Umfang:

In welchem Rhythmus eine Trackingstudie geplant wird, hängt von vier Faktoren ab:

- Zielsetzung/Strategie
- Wettbewerb/Werbedruck
- Budget
- Machbarkeit (bei spitzen Zielgruppen)

Je mehr Befragungswellen, desto genauer die Datenlage



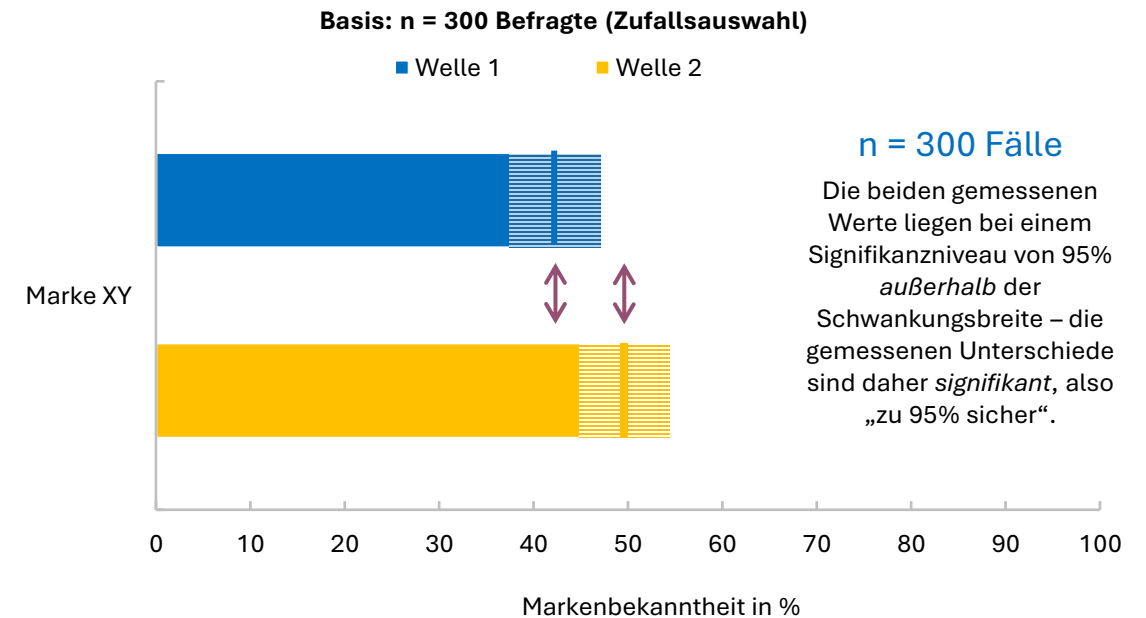
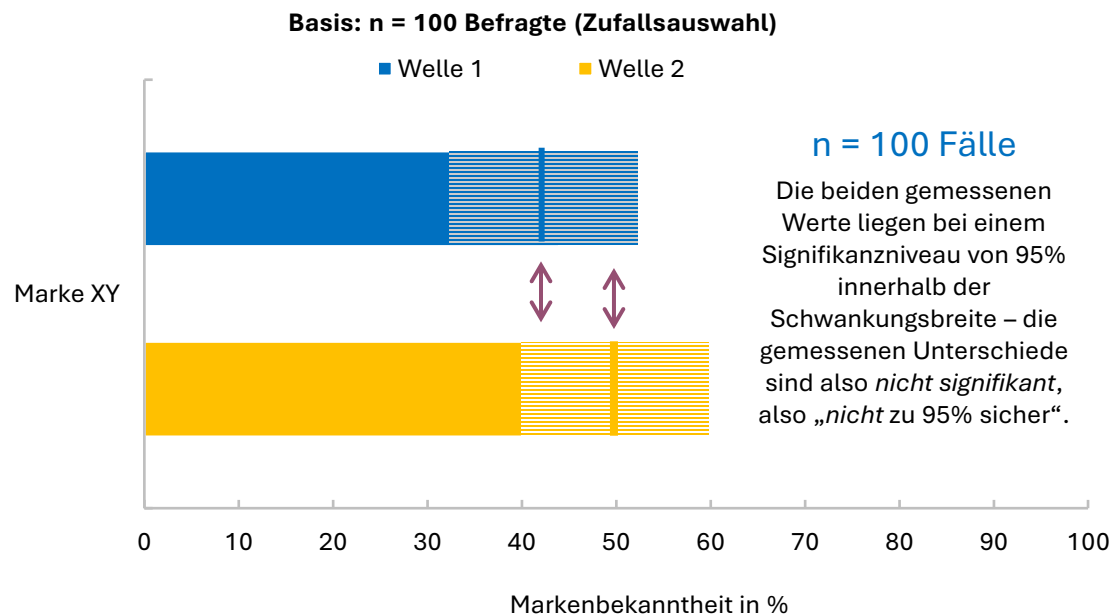
Trackingstudien - Intro

Kleine Stichproben haben größere Schwankungsbreiten - umso wichtiger die Zeitreihen-/Trendanalyse

- Eine solide Zufallsauswahl vorausgesetzt erlaubt es die schließende Statistik, von den in einer Stichprobe gemessenen Punktwerten auf den „wahren Wertebereich“ (inkl. Schwankungsbreiten) innerhalb der Grundgesamtheit hochzurechnen.
- Die Stochastik behält sich jedoch gewisse Irrtumswahrscheinlichkeiten vor, die es bei der Interpretation der Messwerte zu beachten gilt. Signifikante Unterschiede zeigen sich daher manchmal nicht gleich von Welle zu Welle, sondern langsamer.

Messwerte und ihre Schwankungsbreiten je nach Stichprobengröße

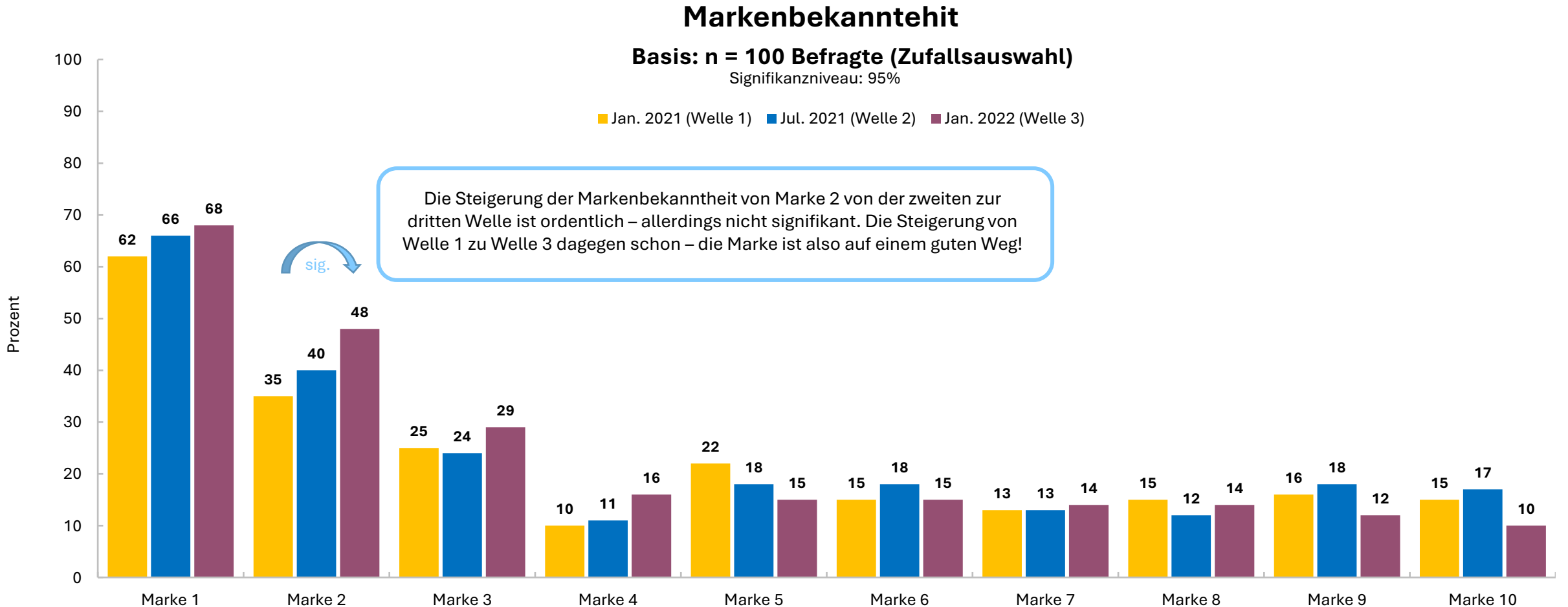
Schwankungsbreiten berechnet für ein Signifikanzniveau von 95%



Quelle: Schematische Darstellung von anwema; fiktive Daten

Trackingstudien – Intro – Beispiel 1

Markenbekanntheit im Wettbewerbs- und Wellenvergleich



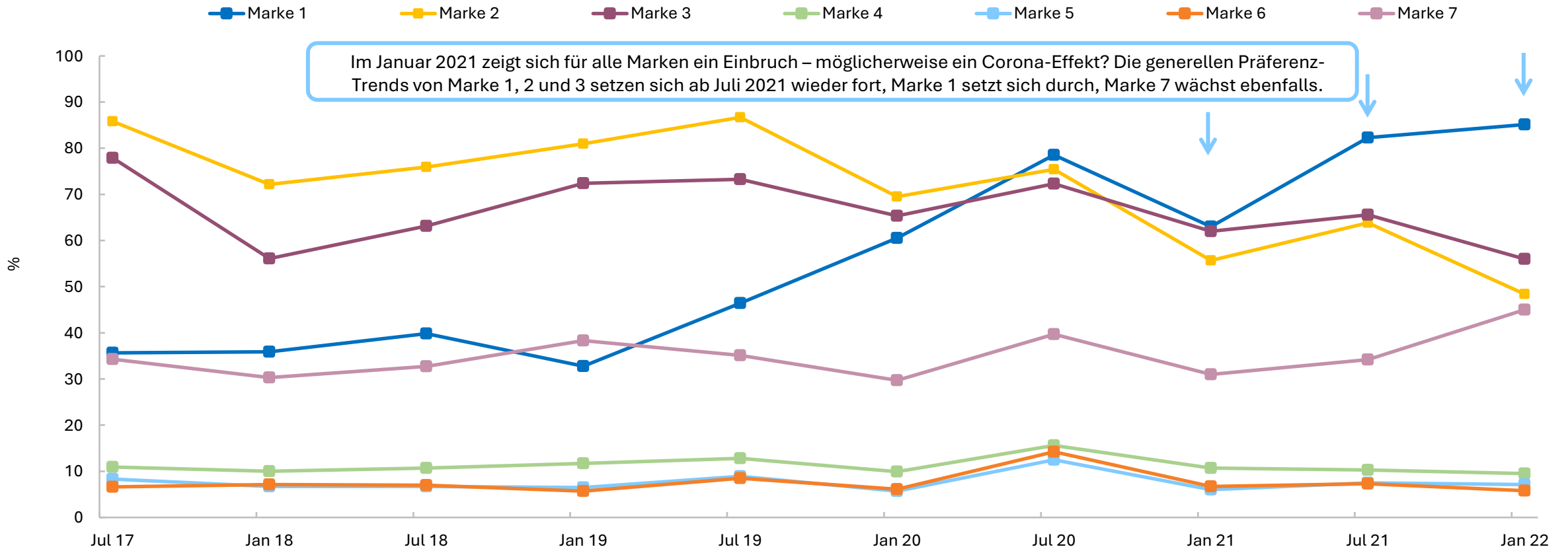
Quelle: anwema; fiktive Daten

Trackingstudien – Intro – Beispiel 2

Trackings leben von der Zeit: Sowohl Wettbewerbs- als auch Kategorietrends werden beobachtbar

Persönliche Verordnungspräferenz

Basis: n = mind. 70 HCPs, Marke jeweils bekannt



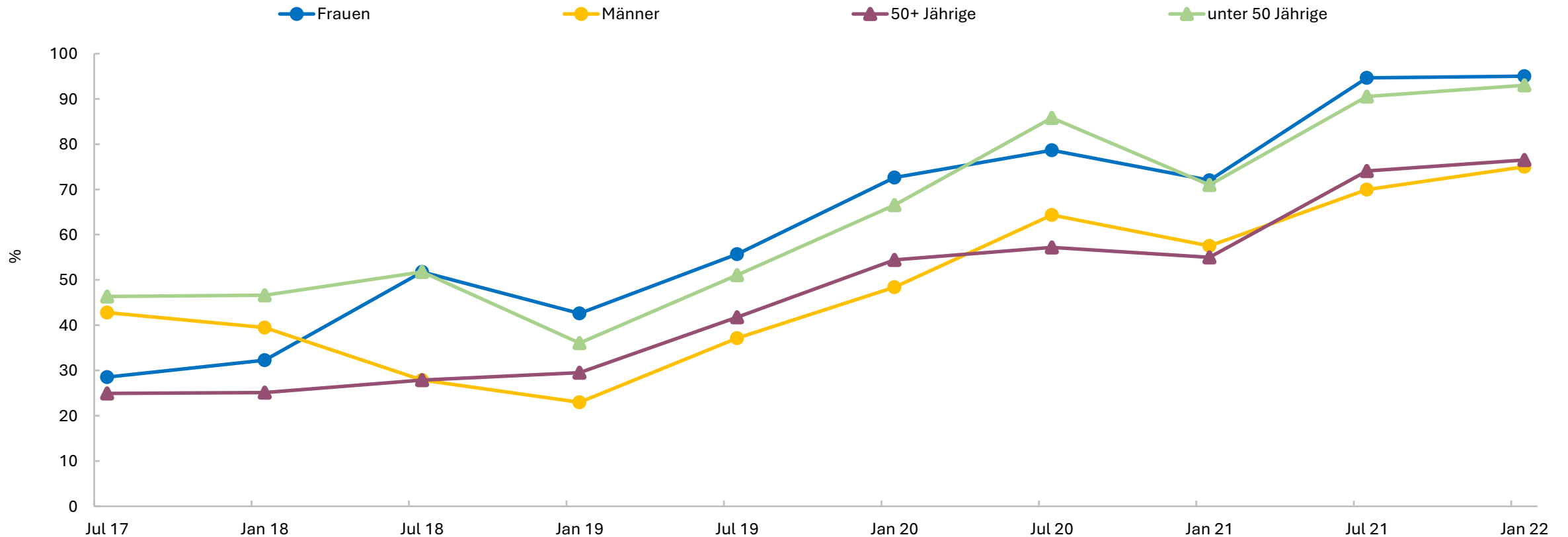
Quelle: anwema; fiktive Daten

Trackingstudien – Intro – Beispiel 3

Die Betrachtung der Trackingergebnisse im Subgruppenvergleich liefert oft wichtige strategische Impulse

Persönliche Verordnungspräferenz, Marke 1

Basis: n = 80 HCPs, Marke 1 bekannt



Quelle: anwema; fiktive Daten

Trackingstudien – Intro – Beispiel 4

Markenfunnels und ihre Conversionrates geben wichtige Insights für die strategischen Stellschrauben

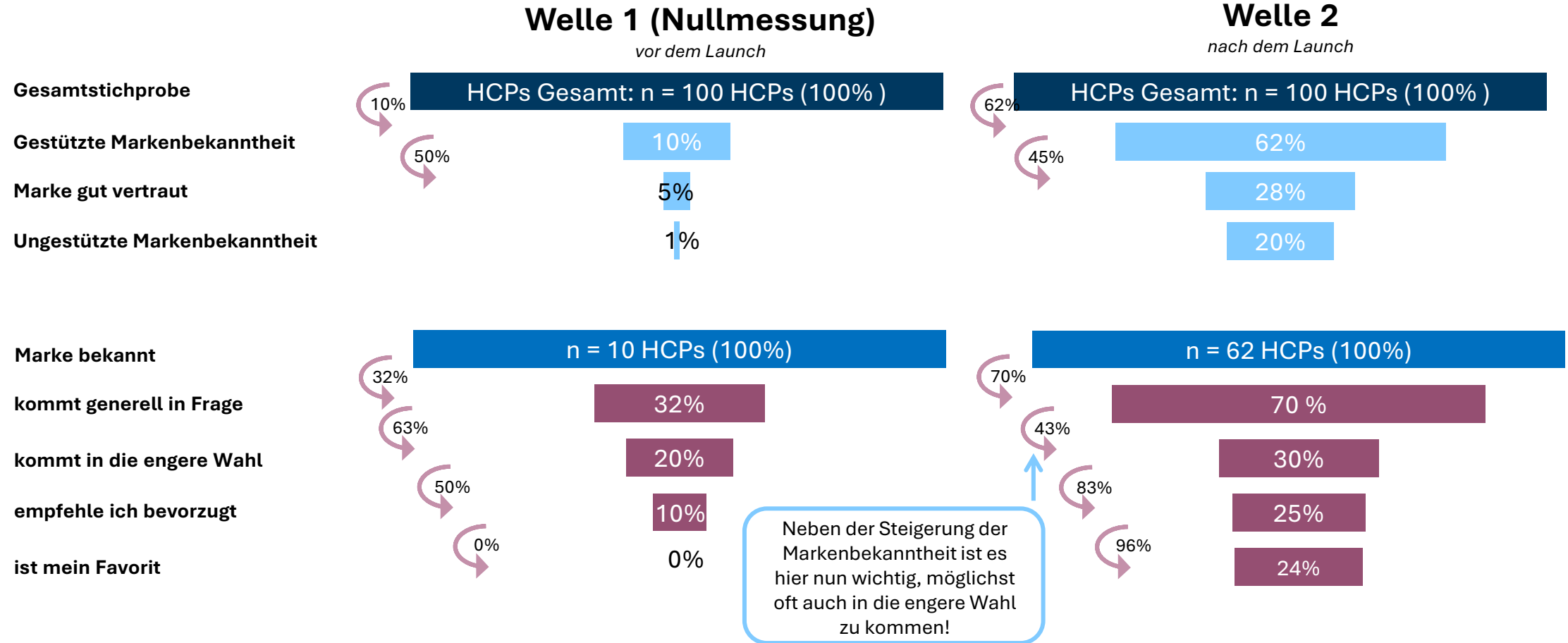




Bild: pixabay_data-ge74335f88_1920

Skinovi[®]-Tracking 2023

Studiendesign & Kurzangebot

Skinovi®-Tracking 2023

Studiendesign

Für die Trackingstudie ist folgendes Set-Up geplant:

Untersuchungsziel:	Evaluierung der Kommunikationsziele der Launchkampagne für Skinovi®
Methode:	Online-Umfrage im HCP Panel von Sermo
Stichprobe:	n = 120 Dermatolog*innen aus Deutschland, davon n = 70 Dermatolog*innen aus niedergelassenen Praxen n = 50 Dermatolog*innen aus Spezialzentren
Befragungsumfang:	ca. 5-6 Minuten / 15 Fragen, davon 1 offene Frage; inkl. Screening & Sozio.
Tracking-Wellen:	Zwei Befragungswellen pro Jahr, pro Folgewelle mind. 50% Fresh Sample zur Vorwelle
Institut:	anwema anja wenke marktforschung
Feldzeiten:	März 2023 & Nov. 2023 (zwei Wellen für 2023 in Planung, Null- und Testmessung)

Skinovi®-Tracking 2023

Befragungsinhalte: ca. 15 Fragen, davon 1 offene Frage; Length of Interview (Lol): ca. 5-7 Min.

Die Trackingstudie enthält folgende Fragestellungen:

- Screening: Beruf, Fachgruppe, Indikationserfahrung, Tätigkeitsbereich (Praxis/Klinik)
- Ungestützte Markenbekanntheit (Präparat/Wirkstoff)
- Gestützte Markenbekanntheit & -vertrautheit (Präparat/Wirkstoff), Matrixfrage
- Gestützte Verordnungspräferenz letzte 12 Monate (Patientenfall); Matrixfrage (Funnel)
- Favorit (Patientenfall); Einfachnennung
- Imagebewertung von Skinovi®, Exovi®, Latery®, Jayvee® (sofern Marke bekannt); 5er-Skala
 - Wirksamkeit
 - Sicherheit
 - Verträglichkeit
- Bekanntheit Wirkmechanismus <Skinovi®-Wirkmechanismus> 5er-Skala
- Soziodemographie / Statistik: Geschlecht, Alter, Region

Skinovi®-Tracking 2023

Unser Angebot für Sie. Über eine Zusammenarbeit bei dieser Studie würden wir uns freuen!

Leistung	Leistungsbeschreibung - Skinovi®-Tracking 2023 - Pilotwelle	Preis (netto)	Dauer (ca.)
Projektmanagement	Projektübergreifende Abwicklung, Abstimmung inkl. Controlling	1.350 €	
Fragebogen-Konzeption	Fragebogenkonzeption/- abstimmung inkl. 2-3 Abstimmungsschleifen; Lol: ca. 15 Fragen/6-7 Min. inkl. 1-2 offene Fragen	945 €	2-3 Werktage
Programmierung & Testung	Programmierung der finalisierten Fragebogenvorlage; Testung; Kundenabstimmung & -freigabe	810 €	1-2 Werktage
Umfrage / Feldsteuerung & -abwicklung	Stichprobeziehung im Sermo-HCP-Panel, Feldanbindung, -überwachung und -abwicklung, Hosting; PV-Screening; (Feldzeit ca. 4 Wochen)	7.540 €	25-28 Werktage
Aufwandsentschädigungen	€ 24,- je Complete; n = 120 Dermatolog*innen aus Praxen und Spezialzentren (n = 70/50)	2.880 €	Werktage
Datenaufbereitung / Coding	Datenprüfung und -aufbereitung; Coding der offenen Fragen inkl. Codeplanerstellung; Funnelberechnungen	1.080 €	1-2 Werktage
Online-Reporting	Konzeption und Aufsetzen eines Ergebnisdashboards; Abstimmung von Kategorien, Splitgruppen und Analyse-Basen; Hosting (bis zu 2 Jahre)	945 €	1-2 Werktage
Analyse & Ergebnisbericht	Analyse & Sichtung der Kernergebnisse, Abstimmung mit Kundenteam, Ergebnisvisualisierung in PPT inkl. Mgmt. Summary (ca. 30-40 Folien)	3.240 €	2-3 Werktage
Ergebnispräsentation (Live)	Präsentation der Ergebnisse, Diskussion und Erörterung strategischer Ableitungen via Web-Konferenz (ca. 2 Std.) inkl. Vorbereitung	540 €	1-2 Werktage
PV-Training &-Management (optional)	Absolvieren eines kundenspezifischen PV-Trainings; bis zu 3 PV-Meldungen inklusive, jede weitere Meldung € 15,-	540 €	
Gesamt ohne optionale Leistungen (zzgl. MwSt.)		19.330 €	5-7 Wochen

Leistung	Leistungsbeschreibung - Skinovi®-Tracking 2023 - Folgewelle	Preis (netto)	Dauer (ca.)
Projektmanagement	Projektübergreifende Abwicklung, Abstimmung inkl. Controlling	1.080 €	
Fragebogen-Konzeption	Fragebogenabstimmung; Fragebogen mind. 95% identisch mit Vorwelle	270 €	1-2 Werktage
Programmierung & Testung	Erstellung und Testung der Fragebogenprogrammierung auf Basis der Vorwelle (mind 95% identisch)	270 €	1-2 Werktage
Umfrage / Feldsteuerung & -abwicklung	Stichprobeziehung im Sermo-HCP-Panel, Feldanbindung, -überwachung und -abwicklung, Hosting; PV-Screening; (Feldzeit ca. 4 Wochen)	7.540 €	25-28 Werktage
Aufwandsentschädigungen	€ 24,- je Complete; n = 120 Dermatolog*innen aus Praxen und Spezialzentren (n = 70/50); mind. 50% Fresh Sample zur Vorwelle	2.880 €	Werktage
Datenaufbereitung / Coding	Datenprüfung und -aufbereitung; Coding der offenen Fragen inkl. Codeplanerstellung; Funnelberechnungen	945 €	1-2 Werktage
Online-Reporting	Konzeption und Aufsetzen eines Ergebnisdashboards; Abstimmung von Kategorien, Splitgruppen und Analyse-Basen; Hosting (bis zu 2 Jahre)	675 €	1-2 Werktage
Analyse & Ergebnisbericht	Analyse & Sichtung der Kernergebnisse, Abstimmung mit Kundenteam, Ergebnisvisualisierung in PPT inkl. Mgmt. Summary (ca. 30-40 Folien)	2.970 €	2-3 Werktage
Ergebnispräsentation (Live)	Präsentation der Ergebnisse, Diskussion und Erörterung strategischer Ableitungen via Web-Konferenz (ca. 2 Std.) inkl. Vorbereitung	270 €	1-2 Werktage
PV-Training &-Management (optional)	Absolvieren eines kundenspezifischen PV-Trainings; bis zu 3 PV-Meldungen inklusive, jede weitere Meldung € 15,-	540 €	
Gesamt ohne optionale Leistungen (zzgl. MwSt.)		16.900 €	5-7 Wochen

Paketpreis*
€ 36.000,-

Alle Beträge zzgl. MwSt. sowie Zusatzaufwände für Übersetzung, Wochenenddienst, Reisekosten o.ä.. Es gelten die AGBs von anwema. *Bei gleichzeitiger Beauftragung beider Wellen bieten wir den ausgewiesenen Paketpreis.



Bild: pixabay_doctor-5707722_1920_ArztDaumen hoch

Ihr Vorteile bei anwema | anja wenke marktforschung

- Kundenindividuelle Beratung & Studienbetreuung
- Effiziente Abstimmung des Studiendesigns auf Ihre Anforderungen
- Einsatz moderner Befragungsmethoden (quantitativ & qualitativ)
- Langjährige Expertise in den Branchenbereichen Pharma & HealthCare, Food, Consumer
- Faire Preise durch kleinen Kostenapparat
- Kompetente und hochwertige Marktforschungsleistungen gemäß den Marktforschungsrichtlinien in Deutschland
- anwema ist Mitglied im Branchenverband DGOF

Weitere Infos: www.anwema.de



Vielen Dank für Ihre Anfrage!

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit!



Anja Wenke

Inhaberin

T: +49 (0)221 165 394-61

anja.wenke@anwema.de

www.anwema.de