

# Strategische Produktplanung (Investitionsgüter B2B)



Fragestellungen

- Analyse der Entscheidungswege beim Kauf (Buying Center vs. Operator)

Lösung

- Identifikation der Qualifiers und Differentiators und damit Festlegung relevanter Ausstattungsmerkmale (Features) durch qualitative und quantitative Marktforschungsstudien
- Ermittlung der Preisbereitschaft für diese Features mittels Choice Based Conjoint Analysis