



Bild: © Klicker / pixelio.de

Wirksamkeit saisonaler Marketingmaßnahmen im OTC-Pharma-Markt

T +49 221-42061-0

E info@yougov.de

<http://yougov.de/loesungen>

YouGov

Saisonales Marketing als Erfolgsfaktor im OTC-Markt

Das Marketing muss eine Vielzahl an unterschiedlichen Faktoren (bspw. Wahl der Werbemittel oder der Werbekanäle) beachten, um die eigene Zielgruppe zu erreichen.

Oftmals wird jedoch ein sehr wichtiger Faktor vergessen, der den Verkauf maßgeblich beeinflussen kann:
Der Zeitpunkt der Werbung.

Denn: nur wenige Produkte verkaufen sich über ein ganzes Jahr gleichbleibend. In der Regel unterliegen Produkte saisonalen Schwankungen. Dies wird von Werbetreibenden jedoch nicht selten unterschätzt. Forschungsergebnisse zeigen, dass saisonale Schwankungen auch im OTC-Markt eine bedeutsame Rolle spielen.

Wer sich solcher Schwankungen bewusst ist, kann **zum richtigen Zeitpunkt den Absatz** des eigenen Produktes **deutlich steigern**. Instrumente dafür sind etwa Spezialaktionen zu Saisonbeginn, oder eine deutlich stärkere Präsenz für den relevanten Zeitraum.

Unsere Studie „**Wirksamkeit saisonaler Marketingmaßnahmen im OTC-Pharma-Markt**“ bringt Licht in die Mechanismen des **saisonalen Marketings**. Die Studie liefert **Anbietern von OTC Produkten** wichtige Implikationen, um ihr Angebot optimal an die saisonalen Bedürfnisse und Wünsche ihrer Kunden anzupassen.

Insights

Die Studie liefert Antworten auf u.a. folgende Fragen:

- Wie nehmen Werbeempfänger **saisonale Marketingmaßnahmen** wie **Verknappung** oder **saisonale Zusatznutzen** von OTC-Produkten wahr?
- Wie wirken sich **saisonale Marketingmaßnahmen** auf die **Kaufbereitschaft** von OTC Produkten aus?
- Wie wirken sich **saisonale Marketingmaßnahmen** auf die generelle **Produktwahrnehmung** von OTC-Produkten aus?
- Welche **Einstellung** haben Kunden von OTC-Produkten gegenüber saisonalen Angeboten?

Studienaufbau

- **Monadisches Experimentaldesign**
- **Testung von insgesamt 20 Varianten**
- Die 20 Varianten verteilen sich auf zwei Treatments, die unterschiedlich miteinander kombiniert wurden (siehe auch folgende Seite):
 - Saisonaler Zusatznutzen
 - Verknappung
- Als Testprodukt wurde das Nahrungsergänzungsmittel Vitasprint getestet

Übersicht über die zwanzig Produktvarianten

Treatment A: Saisonaler Zusatznutzen					
		keine	Frühjahrs-Design	Zusätzlich mit Carotin	Schluss mit Frühjahrsmüdigkeit
keine		 <p>Zur Besserung des Allgemeinbefindens mit B12 Vitamin Packing mit 100 Trinkfläschchen</p>	 <p>Frühjahrsangebot Zusätzlich mit Carotin für die Haut im Frühjahr</p>	 <p>Frühjahrsangebot Zusätzlich mit Carotin für die Haut im Frühjahr</p>	 <p>Frühjahrsangebot Kombipaket: Plus ein Lippen- Pflegebalsam mit UV-Lichtschutz</p>
zeitlich begrenzt		 <p>Angebot nur bis Ende Mai im Handel</p>	 <p>Frühjahrsangebot Angebot nur bis Ende Mai im Handel</p>	 <p>Frühjahrsangebot Zusätzlich mit Carotin für die Haut im Frühjahr Angebot nur bis Ende Mai im Handel</p>	 <p>Frühjahrsangebot Kombipaket: Plus ein Lippen- Pflegebalsam mit UV-Lichtschutz Angebot nur bis Ende Mai im Handel</p>
örtlich begrenzt		 <p>Angebot nur in Ihrem dm Drogeriemarkt</p>	 <p>Frühjahrsangebot Angebot nur in Ihrem dm Drogeriemarkt</p>	 <p>Frühjahrsangebot Zusätzlich mit Carotin für die Haut im Frühjahr Angebot nur in Ihrem dm Drogeriemarkt</p>	 <p>Frühjahrsangebot Kombipaket: Plus ein Lippen- Pflegebalsam mit UV-Lichtschutz Angebot nur in Ihrem dm Drogeriemarkt</p>
Mengen begrenzt		 <p>Angebot nur solange der Vorrat reicht</p>	 <p>Frühjahrsangebot Angebot nur solange der Vorrat reicht</p>	 <p>Frühjahrsangebot Zusätzlich mit Carotin für die Haut im Frühjahr Angebot nur solange der Vorrat reicht</p>	 <p>Frühjahrsangebot Kombipaket: Plus ein Lippen- Pflegebalsam mit UV-Lichtschutz Angebot nur solange der Vorrat reicht</p>

Untersuchungsdesign

Befragungsmethode	15 minütige Online-Interviews
Befragungszeitraum	Mai 2015
Stichprobe	Nahrungsergänzungsmittelaffine Verbraucher
Stichprobengröße	1.024
Anmerkungen zur Stichprobe	Monadisches Stichprobendesign mit einer Testung von insgesamt n=20 Stimuli, je Monade ca. n=50 Befragte
Erscheinungsdatum	30. Juni 2015

Das YouGov Panel Deutschland

FAKten



Basis von 
unzähligen
Stammdaten aus zahlreichen
Bereichen



Bevölkerungs-
repräsentativ ab
16/18
Jahren

QUALITÄT

Das von YouGov entwickelte



garantiert

eine hohe Panel-Qualität. Weitere Qualitätsmerkmale sind:

- Befragungen können innerhalb kürzester Zeit durchgeführt werden
- Methodeneffekte durch Frühantworten werden verhindert
- Qualitativ hochwertige Ergebnisse durch überdurchschnittlich zufriedene Panelisten


Rekrutierung über
zahlreiche Online- und Offline-Kanäle, entsteht eine
ausgewogene Zusammensetzung unseres Panels.

Bestellformular

Bestellung per E-Mail an info@yougov.de oder per FAX +49 221 420 61-100 an Dennis Bargende

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen):

Studie „Wirksamkeit saisonaler Marketingmaßnahmen im OTC-Pharma-Markt“

Listenpreis

3.300 EUR

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die [AGB](#) und die Regelungen zu [Regelungen zu Mehrbezieherstudien](#).

Name, Vorname:	_____	Telefon:	_____
Unternehmen:	_____	E-Mail:	_____
Funktion, Abteilung:	_____	Ort, Datum:	_____
Straße:	_____	Unterschrift:	_____
PLZ, Ort:	_____	_____	

Haben Sie Fragen?

Sprechen Sie uns gerne an.



Dr. Oliver Gaedeke

Member of Management Board

T +49 221 42061 - 364

F +49 221 42061 - 100

Oliver.Gaedeke@yougov.de



Ellen Stanski

Consultant

T +49 221 42061 - 413

F +49 221 42061 - 100

Ellen.Stanski@yougov.de



Martin Stolze

Manager Marketing & Sales

T +49 221 42061 - 420

F +49 221 42061 - 100

Martin.Stolze@yougov.de