



LÖSUNGEN



Wettbewerbs-Apps im Real-Life-Check

INNOFACT Competitor- App-Analytics

Während im Internet die Wettbewerber nur einen Klick entfernt sind, bieten Apps für Unternehmen die Chance, Kunden in einem eigenen Eco-System zu binden. So können Nutzer sich konzentrierter mit der eigenen Marke beschäftigen. Allerdings ist es im Rahmen der Wettbewerbsbeobachtung weitaus aufwendiger zu analysieren, was in diesen geschlossenen Systemen passiert und welchen Erfolgsfaktoren diese Walled Gardens gehorchen.

Um hinter diese Mauern zu schauen, ist ein Weg, Probanden zu gewinnen, die die App des Wettbewerbers beobachten und Tagebuch führen.

Die zweifellos smartere und kostengünstigere Methode ist, die Wettbewerbs-Apps technologisch „auszulesen“. Hier bietet **INNOFACT** gemeinsam mit **Murmuras** das Tool **Competitor-App-Analytics**.

LÖSUNGEN

Daten- und Analyseservice
**Competitor-
App-Analytics**

Die Wettbewerbs-App fest im Blick

Nicht nur die Nutzung von Inhalten verlagert sich in die App-Welt. Auch der E-Commerce und damit die Online-Käufe finden zunehmend in den Walled Gardens statt.

INNOFACT und **Murmuras** bieten hier Transparenz und lassen Markenentscheider bei den Wettbewerbs-Apps ins Innerste schauen.

So funktioniert es

Die eine oder mehrere Apps aus einem Markt/Segment/Wettbewerbsumfeld werden definiert, die analysiert werden sollen. Dabei werden entsprechende Merkmale und Attribute definiert, die beobachtet werden sollen. Zudem ist es auch möglich, im Beobachtungszeitraum begleitende Befragungen an die Nutzer der Apps auszuspielen.

Folgende KPIs/Attribute können dabei nach Zielgruppen analysiert werden, vorausgesetzt die App selber bietet diese Funktionalitäten als Feature an:

- Nutzungszeiten der App (z.B. nach Tag, Uhrzeit, Zielgruppe)
- Produktsuchen
- Ausgewählte Produkte/Detailansichten
- Gekaufte Produkte, inkl. Kaufpreis
- Erfassung gekaufter Marken vs. Eigenmarken
- Kassenbons mit Original-Texten
- Ausgespielte Coupons und Rabatte inkl. Couponname und Couponwert
- Originaltext des Coupons sowie Coupon-ID
- Laufzeiten/Ablaufdaten von Coupons sowie Einlösergelungen

Diese Fragen können je Funktionsumfang der Wettbewerbs-App beantwortet werden:

- Welche Aktionen hat der Wettbewerber im Beobachtungszeitraum durchgeführt?
- In welcher Kalenderwoche wurden welche Coupons ausgespielt?
- Einkaufsverhalten gemessen an Zeitpunkt, Menge und gekaufter Produktkategorie?
- Ausgabeverhalten anhand der Kassenbons auf aggregierter Basis (bspw. Produktkategorie)?
- Einkaufsverhalten in Bezug auf Marken und Eigenmarken?
- Einkaufsverhalten in Bezug auf Sonderangebote? Und haben diese eine Hebelwirkung?
- Surfverhalten in Bezug auf die „besten“ Tageszeiten? (Wann sollten idealerweise Aktionen/Coupons ausgespielt werden)
- Surfverhalten bezogen auf einzelne Menüpunkte in der App? (UX-Check)
- Medienverhalten bezogen auf aufgerufene Nachrichten und News?
- Einkaufsverhalten in Bezug auf Alter und Geschlecht?
- Erreichte Zielgruppe bezogen auf Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen

Die Schritte zum Projekt im Einzelnen:

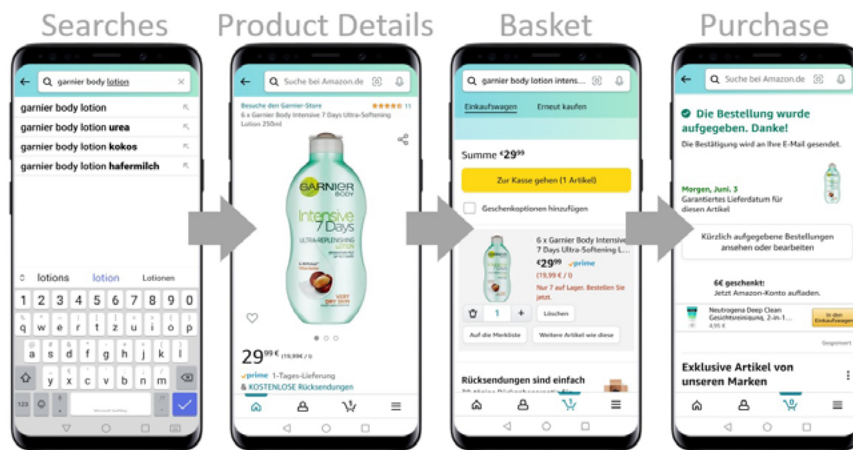
- Selektion und Prüfung der Wettbewerber-App(s), die auf Android-Technologie basieren
- Definition der zu beobachtenden KPIs
- Einrichtung des Dashboards
- Wenn begleitende Befragungen stattfinden sollen: Definition von möglichen Befragungszeitpunkten und -ereignissen

Das liefert INNOFACT

- Aufbereitung aller KPIs in einem übersichtlichen Dashboard
- Individuelle passwortgeschützte Zugänge für Marketing- oder Marktforschungsverantwortliche
- Darstellung der KPIs für die Wettbewerbs-App sowie auch die eigene App im Vergleich
- Sehr effizientes Setup, das Erhebungskosten minimiert und neue Studienansätze ermöglicht sowie die Kombination mit anderen Methoden erlaubt
- Messung der normalen Mediennutzung unter realen Bedingungen ohne Laborsituation
- Ggf. Möglichkeit während des Beobachtungszeitraums auch Bewegungsverhalten in der realen Welt mit zu betrachten (z.B. welche App-Aktionen werden in Filialen durchgeführt)
- Möglichkeit der Befragung während des Beobachtungszeitraums, um weitere Motive des Nutzungsverhaltens zu untersuchen
- Ideal ist das Tool für Branchen wie Handel mit den Kategorien wie Lebensmittel, Mode, Parfümerie/Beauty, Bücher, Möbel oder Baumärkte
- **Ganz wichtig:** Im Zuge von Wettbewerbsanalysen kann auch die Amazon-App entsprechend ausgelesen werden!



Example Raw data - Buying Journey in Amazon Shopping App



participant	time	source_app	interaction	product_name	category	seller	price	quantity
Testuser 2	12.03.2021 08:50	Amazon	search	garnier body lotion				
Testuser 2	12.03.2021 08:54	Amazon	detail	6 x Garnier Body Intensive 7 Days Ultra-Softening Lotion 250ml	Beauty	Amazon.de	28,99 €	
Testuser 2	12.03.2021 08:56	Amazon	basket	6 x Garnier Body Intensive 7 Days Ultra-Softening Lotion 250ml			28,99 €	1
Testuser 2	12.03.2021 08:56	Amazon	checkout	6 x Garnier Body Intensive 7 Days Ultra-Softening Lotion 250ml			28,99 €	1
Testuser 2	12.03.2021 08:57	Amazon	placed_order	6 x Garnier Body Intensive 7 Days Ultra-Softening Lotion 250ml			28,99 €	1



Von der Suche bis zum Kauf: Das Tool Competitor-App-Analytics macht sichtbar, was Kunden beim Wettbewerb tun. Dabei wird nicht nur die App des nächsten Wettbewerbers beobachtet, sondern auch die entsprechende Kategorie bei Amazon.

Foto: Fotolia.de