

Was wir für Ihr Unternehmen tun können

Prolytic ist einzigartig in der präferenzbasierten Segmentierung von Märkten, der Erstellung von Positionierungsstrategien für Marken und Produkte sowie der Entwicklung und Optimierung von Neuprodukten und –angeboten. Unsere Lösungen bieten den Kunden eine neue Sicht auf den Markt, die eigene Position und den Wettbewerb.

Die Positionierungsstudien von Prolytic liefern eine Vielzahl an wichtigen Informationen für den Kunden, etwa eine Analyse der Positionierung der eigenen Marke (des eigenen Produktes oder Angebotes)

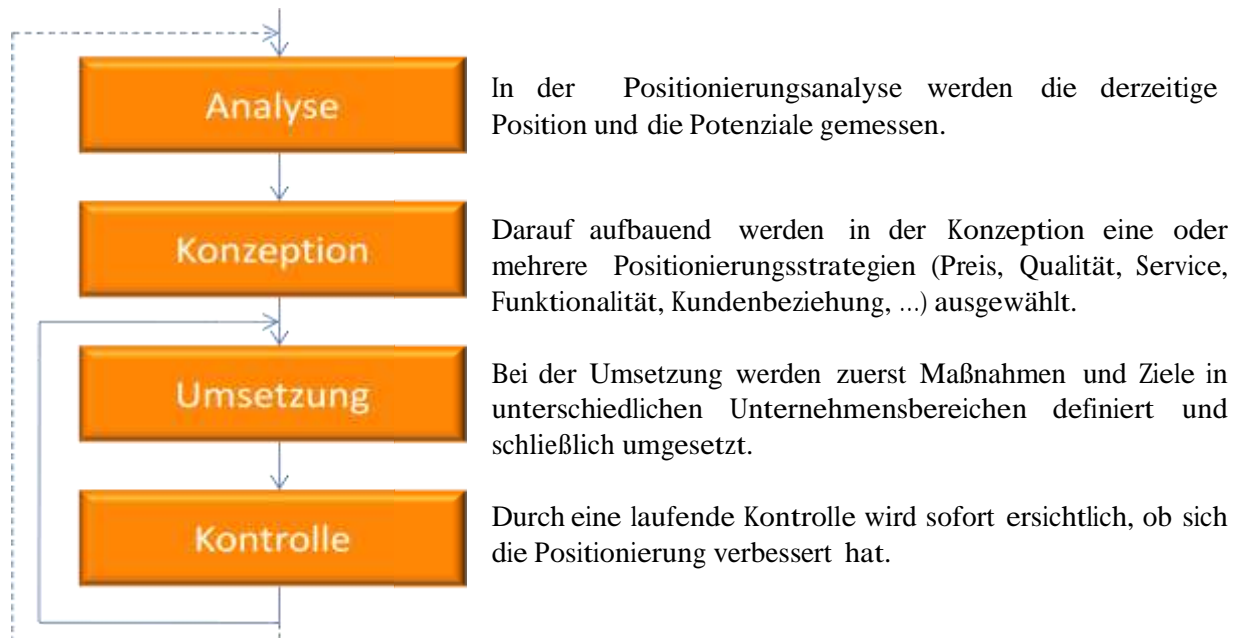
und der Konkurrenten, eine Untersuchung der Kundenpräferenzen oder das Erkennen von Marktpotentialen (Marktlücken und starke Mitbewerbsbereiche). Diese Daten bilden die Grundlage zur Erstellung von Strategien zur Differenzierung und Positionierung von Produkten und Unternehmen.

In der Angebotsentwicklung ist es unser Ziel eine optimale Gestaltung neuer Produkte, Angebote und Dienstleistungen möglichst nahe an den Bedürfnissen der Kunden auszurichten. Somit lassen sich teure „Produkt- Flops“ vermeiden und die Akzeptanz von Produkten und Angeboten kann vor der Markteinführung getestet werden. Ein besonderes Highlight ist die Simulation von Marktanteilen bei Neuprodukten.

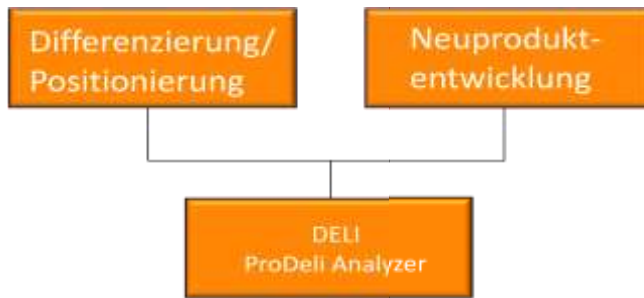
Unser Ansatz in der Positionierung

Wir bieten unseren Kunden mehrere Möglichkeiten sich zu positionieren. In der Produktpositionierung geht es darum, freie Plätze am Markt (z.B. freie Präferenzsegmente) zu finden und Produkte oder Angebote erfolgreich am Markt zu platzieren (Neuproduktentwicklung). In der Unternehmenspositionierung ist der Gesamteindruck des Unternehmens wichtig. Es geht darum, was Kunden über ein Unternehmen denken und die Positionierung zielt darauf ab, in der Wahrnehmung ein (positives) Bild zu erzeugen und diese damit aus eigenem Antrieb zum Kauf zu bewegen.

Wir betrachten Unternehmenspositionierung als einen vierstufigen Prozess.



Ergebnisse optimal nutzen

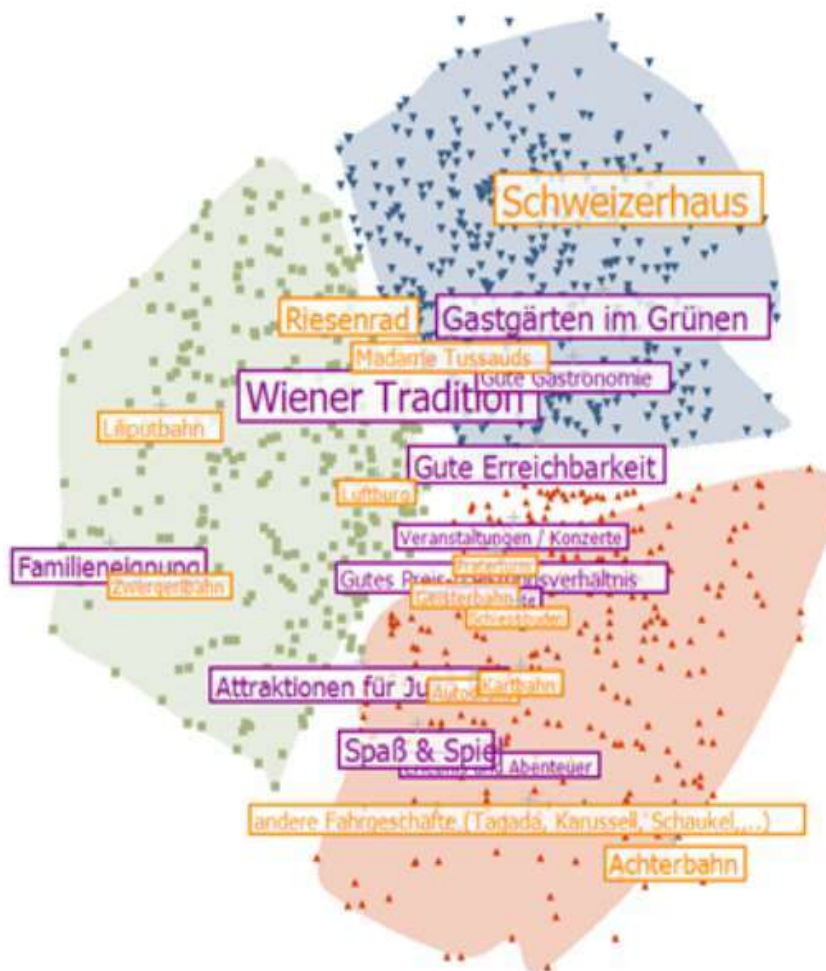


Die Kunden von Prolytic erhalten neben einer umfassenden strategischen Beratung das Analysetool ProDeli Analyzer. Damit ist es erstmals möglich, eine genaue Landkarte mit allen Kundengruppen, ihrer Marktposition, der Position ihrer

Mitbewerber und den relevanten Produkten und Eigenschaften zu erstellen. Das

Programm unterstützt die Arbeit des Sale & Marketing Teams, es zeigt strategische Möglichkeiten zur Positionierung für das Management und bietet neben zahlreichen Auswertungsmethoden (interaktive Marktlandkarten, deskriptive Statistik) die Möglichkeit, selbstständig Zielgruppen anzulegen und zu untersuchen.

Beispiel einer Marktlandkarte für den Wiener Prater als Basis für zukünftige Positionierung



Mag. Günter Brandner
Prolytic Geschäftsleitung
Adresse: Franzosengraben 12/4A, A-1030 Wien
Tel: +43 6769006929
Mail: guenter.brandner@prolytic.com

Was steckt hinter Prolytic

In den Lösungen von Prolytic steckt jahrelange wissenschaftliche Forschung. Seit der Gründung 2002 als Spin-Off der Wirtschaftsuniversität Wien (Prof. Alfred Taudes) werden die Methoden intern laufend weiterentwickelt.

Prolytic Unternehmensprofil

Prolytic bietet als Lösungsarchitekt im Demand Management seinen Kunden Software-Produkte für die aktive Steuerung der Nachfrage auf Basis praxisbewährter wissenschaftlicher Modelle. Gegründet als Spin-off der Wirtschaftsuniversität Wien, basieren die Softwarelösungen und Dienstleistungen auf mehr als zehnjährigen Forschungsarbeiten in den Bereichen Revenue-Engineering und Marketing-Engineering.

ProDeli ist eine Marketing-Engineering-Software und stellt einen völlig neuen Ansatz für die Betrachtung von Kundenwünschen, Unternehmenspositionierung, Mitbewerbsanalyse und Marktsimulation dar. ProDeli beruht auf modernsten mathematischen Verfahren, die es erlauben, diese komplexen Analysen völlig zu automatisieren, zu integrieren und dem Kunden rein grafisch und intuitiv einen Einblick in die Marktsegmente samt Kundencharakterisierung, Präferenzen und die Position zum Wettbewerb darzustellen.

Marktlandkarten

Die Market Map zeigt Marktstrukturen auf einen Blick. Mit der Position des eigenen Unternehmens, der Mitbewerber und Produkteigenschaften werden Zusammenhänge sofort sichtbar. Darüber liegen die automatisch generierten Kundencluster, die als homogene Zielgruppen ansprechbar sind. Der Vorteil dieser Sichtweise zeigt sich rasch: unbesetzte attraktive Marktsegmente lassen sich so gezielt finden und bieten die Basis für weitere Analysen im Rahmen der Marktsegmentanalysen.

Navigationssystem am Markt

ProDeli ermöglicht erstmals die aktive Steuerung und Vorhersage zukünftiger Markterfolge und die Simulation von Neuprodukten und deren zukünftige Marktanteile. Damit gewinnt das Marketing und der Vertrieb an Exaktheit und Erfolge lassen sich bewusst ansteuern.

Auszug aus der Kundenliste...