

# Der große App-Test – Wie gelingt der Sprung zum Mobile Commerce?

**Apps aus diversen Branchen im Urteil von (potenziellen) Kunden**

# Hintergrund und Inhalte der Studie

## Hintergrund der Studie

- ▶ Die Zahl verkaufter Smartphones soll im kommenden Jahr in Deutschland erstmals die Marke von 10 Millionen Geräten überschreiten (BITKOM). Bis zum Jahr 2013 werden in aller Welt rund eine Milliarde Smartphones in Betrieb sein (Booz&Company).
- ▶ Nachdem die Applikationen (Apps) für Smartphones im Anfangsstadium eher spielerischer Natur waren, hat der „App-Virus“ nahezu Unternehmen jeder Branche ergriffen, um die eigenen Produkte und Dienstleistungen anzupreisen, denn ...
  - ▶ über Apps werden junge und vor allem einkommensstarke Zielgruppen erreicht (HEUTE UND MORGEN Studie April 2010) und
  - ▶ die von Apps genutzten „Location Based Services“ eröffnen Unternehmen völlig neuartige Möglichkeiten der situations-individuellen Kundenansprache.
- ▶ Bis Ende 2010 werden mehr als 300.000 Apps erwartet (Booz&Company). Die Qualität und Funktionen der einzelnen Apps reicht dabei von „Schnellschüssen“ bis zu ausgereiften E-Commerce-Plattformen.

## Inhalte und Fragestellungen der Studie

①

### Nutzerprofile

- ▶ Wie häufig und in welchen Situationen werden Apps genutzt?
- ▶ Wie ist das Nutzungsverhalten von Apps/mobilem Internet im Vergleich zum Internet am heimischen PC?
- ▶ Zu welchen Produkt-/Dienstleistungskategorien kann man sich vorstellen, sich über Apps zu informieren oder zu kaufen?
- ▶ Welche Kundengruppen laden welche Apps?
- ▶ Wie ist der Umgang mit Datenschutz, z.B. Nutzung von Location Based Services?
- ▶ ...

②

### Apps im Urteil von (potenziellen) Kunden

- ▶ Wie werden die vorgestellten Apps hinsichtlich diverser Kriterien wie Design, Funktionen, Übersichtlichkeit, etc. beurteilt?
- ▶ Würde man die jeweils vorgestellte App nutzen und welche Stärken und Schwächen zeigen die verschiedenen Apps?
- ▶ Welche zusätzlichen Funktionen würde man sich von Apps verschiedener Branchen wünschen?  
(offene und gestützte Abfrage)
- ▶ ...

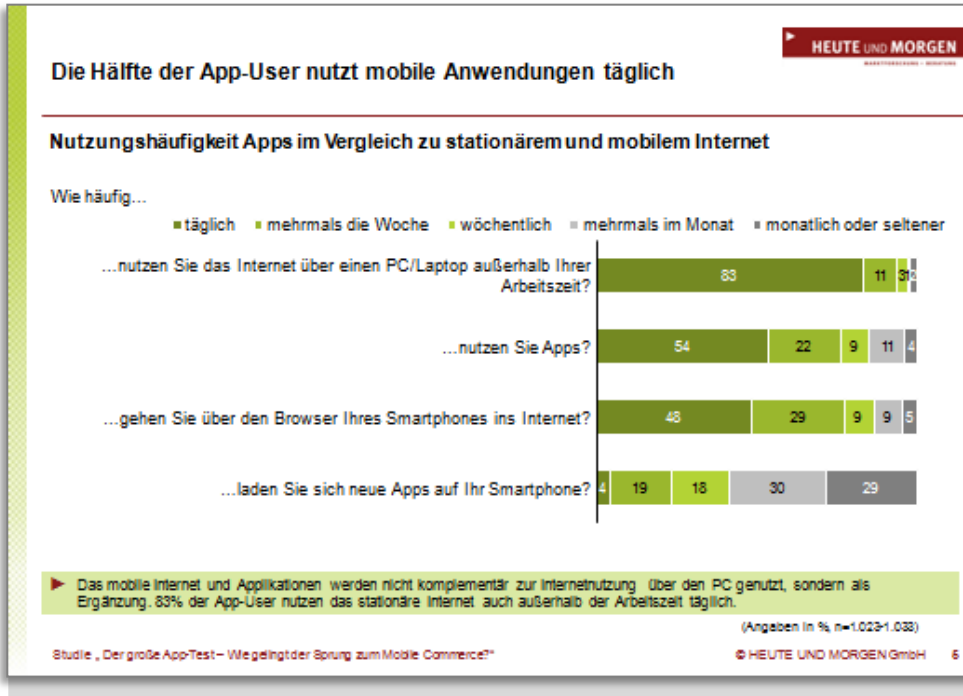
# Studiensteckbrief

Studiensteckbrief	
▶ Stichprobe	1.000 App-User
▶ Methode	Onlinebefragung
▶ Befragungsdauer	20 Minuten
▶ Befragungszeit	November 2010
▶ Erscheinungsdatum	15.12.2010
▶ Studienbericht	Ausführlicher Ergebnisbericht als PDF (ca. 150 Seiten) inkl. aussagekräftigen Grafiken, Zielgruppenanalysen und Einzelergebnissen zu den getesteten Apps.

Getestete Apps	
▶ Automotive	  
▶ Logistik	  
▶ Mode/Kleidung	   
▶ Onlineshops	  
▶ Reisen	      
▶ Soziale Netzwerke	  
▶ Supermärkte	  
▶ Tageszeitungen	   

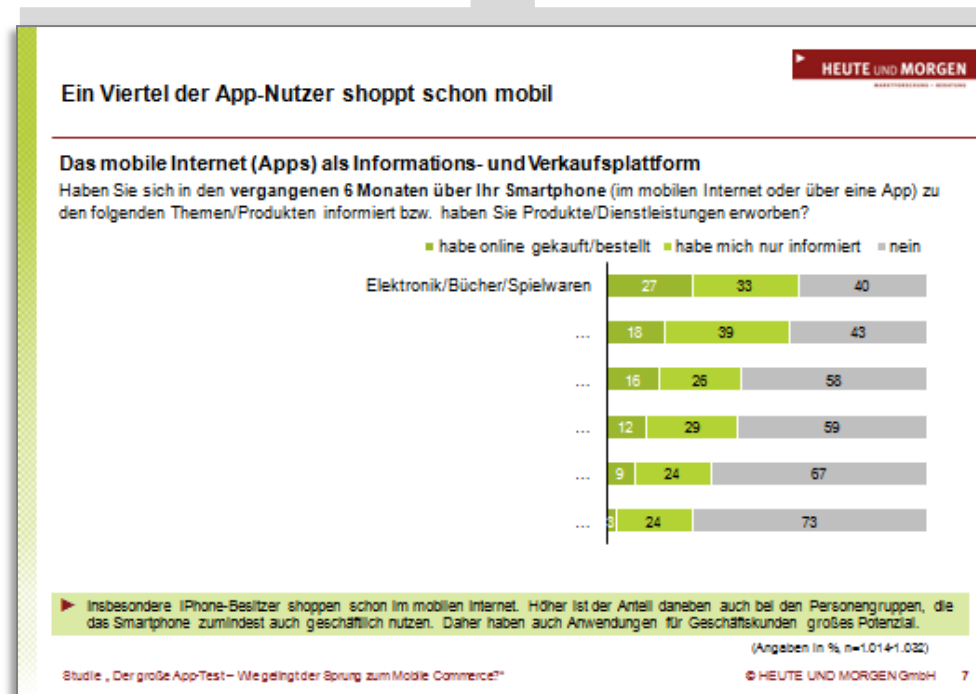
Ihre App ist nicht dabei? Sprechen Sie uns gerne auf einen Test an!

# Auszug aus den Ergebnissen (I)

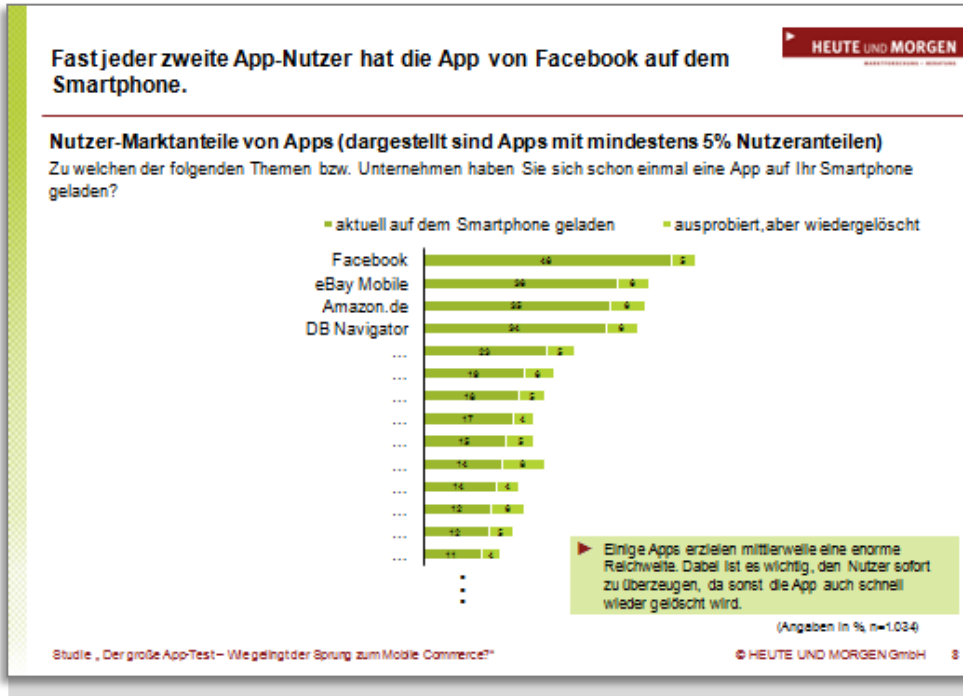


- ▶ Die Nutzungshäufigkeit von Apps im Vergleich zum stationären Internet wird nach verschiedenen Zielgruppen dargestellt.
- ▶ Die Einstellung zu Apps und mobilen Internetanwendungen wird untersucht, verschiedenen Nutzertypen werden identifiziert.

- ▶ Informationssuche, Onlineabschlüsse und Abschlussbereitschaft werden für diverse Branchen nach mobilem und stationärem Internet verglichen.
- ▶ Nutzerprofile werden dargestellt.

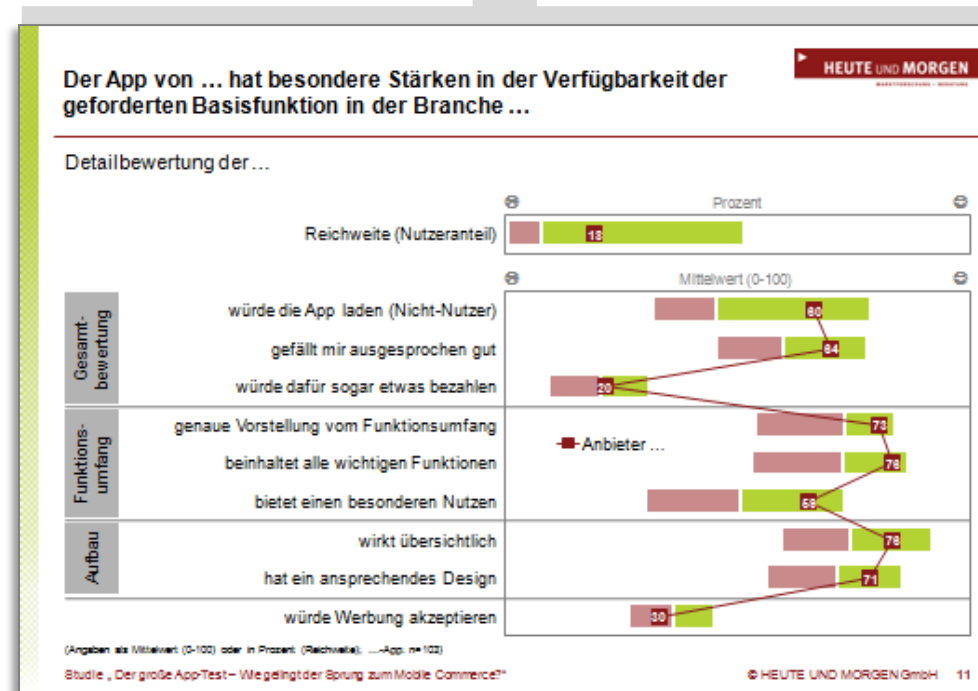


# Auszug aus den Ergebnissen (II)

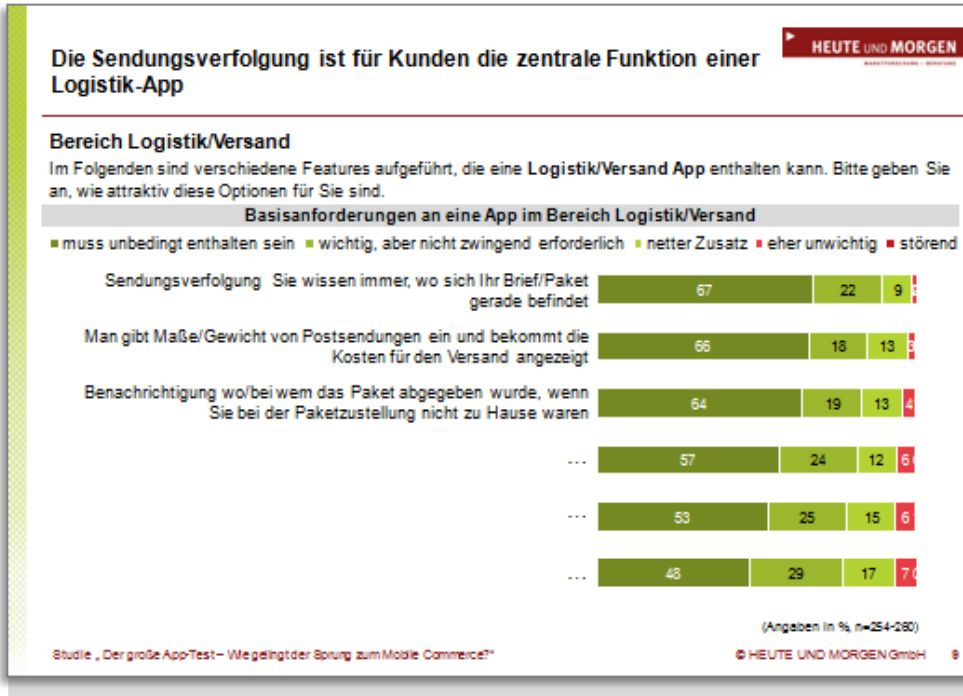


▶ Die Reichweite der untersuchten Apps wird nach verschiedenen Zielgruppen dargestellt.

▶ Für alle untersuchten Apps werden die Einzelbeurteilungen im Vergleich zum Benchmark dargelegt.

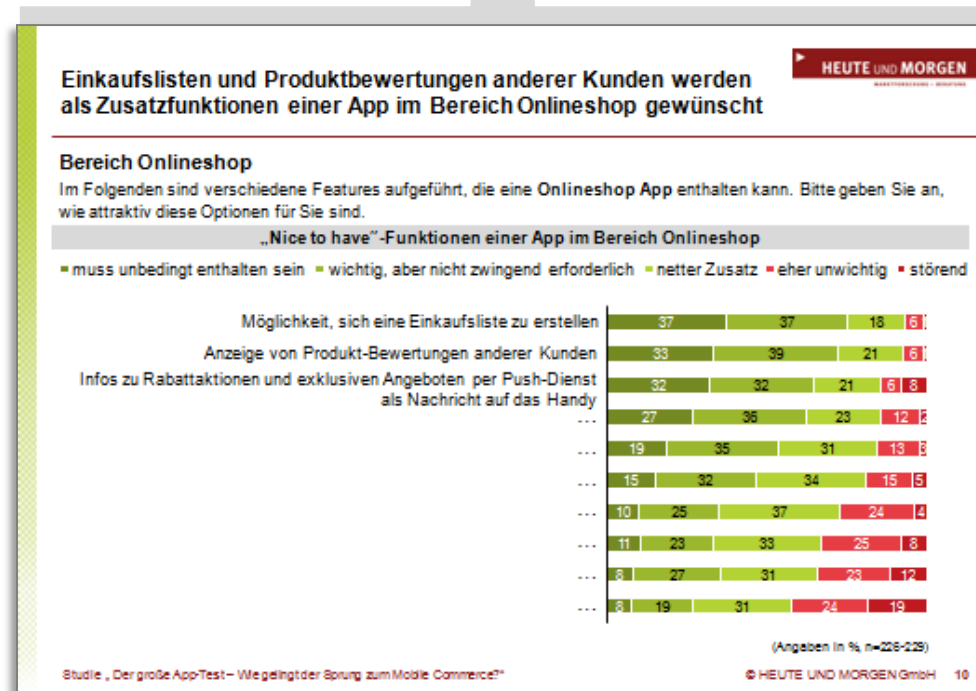


# Auszug aus den Ergebnissen (III)



- ▶ Für alle untersuchten Branchen werden diverse Funktionalitäten aus Konsumentensicht beurteilt.

- ▶ Auf Basis der Konsumentenurteile werden Basisfunktionen, „Nice to have“-Funktionen und unerwünschte Funktionen identifiziert.



# Bestell-Fax für die Studie an: 0221 995005 29

## ▶ Bestellung der Studie

Hiermit bestellen wir verbindlich den...

- Studienbericht (PDF, ca. 150 Seiten): 950 € zzgl. MwSt.

## ▶ Weitere Leistungen

Bitte kontaktieren Sie mich bzgl. der folgenden Themen...

- Präsentation der zentralen Studienergebnisse
- Unternehmenspräsentation
- Individuelle App-Testung

## ▶ Empfänger und Rechnungsadresse

Name, Vorname: \_\_\_\_\_

Firma, Abteilung: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ, Ort: \_\_\_\_\_


Telefon: \_\_\_\_\_

E-Mail-Adresse  
zur Versendung: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum, Unterschrift

# Kurzprofil: HEUTE UND MORGEN

## Kurzprofil

- ▶ Unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut
- ▶ Sitz im Herzen von Köln
- ▶ Gründung im Dezember 2009 durch vier Führungskräfte eines renommierten Kölner Marktforschungsinstitutes
- ▶ Insgesamt über 40 Jahre Marktforschungserfahrung durch die Gründer
- ▶ Mitgliedschaft beim 
- ▶ Zertifizierter Datenschutz über externen, TÜV-zertifizierten Datenschutzbeauftragten
- ▶ Partner und Lehraufträge an der

## Unsere Grundsätze

HEUTE UND MORGEN steht für

- ▶ unseren Anspruch, über das Heute hinaus zu denken und unsere Kunden durch intelligente Marktforschung und strategische Beratung bestmöglich auf die Zukunft vorzubereiten
- ▶ und unsere Kunden dabei langfristig zu begleiten.

## Referenzen (Auszug)



## Methoden & Forschungsbereiche

- ▶ Quantitative und qualitative Marktforschung
- ▶ Sämtliche Befragungsmethoden
  - ▶ Quantitativ: Online-, CATI-, schriftliche und persönliche Befragungen
  - ▶ Qualitativ: qualitative Interviews (telefonisch und persönlich), Gruppendiskussionen, Kreativ-Workshops
- ▶ Marktforschungslösungen für alle marktrelevanten Fragestellungen:
  - ▶ Beziehungsmanagement (Kunden-, Vertriebspartner- und Mitarbeiterbefragungen)
  - ▶ Marken- und Kommunikationsforschung
  - ▶ Produkt- und Preisforschung (Produkttests, Conjoint-Analysen, Marktpotenzialanalysen)
  - ▶ Markt- und Zielgruppenanalysen