

Prozess «Konsolidierung Markttests»

Florin Bircher & Luca Binswanger / KoM, 26.08.2022

Prozess «Konsolidierung Markttests»

Ziele:

- Konsolidierung und Beurteilung der Sortimentsvorhaben nach erfolgter Markttest- / Pilotierungsphase
- Bündelung der Umsetzungsressourcen
- Vorhaben mit echtem Mehrwert für Kunden, Branche und Besteller werden umgesetzt
- Konsistentes Sortiment, wo sinnvoll national und/oder regional harmonisiert
- Auswirkungen auf Drittsortimente sind unter Kontrolle (Kannibalisierung, etc.)
- Zentrale Umsetzung über NOVA sicherstellen

Prozessentwurf



Beurteilung des Markttests durch Testdurchführer anhand vorgegebener Kriterien

Durch GS ASP in Zusammenarbeit mit NDV-Mandat «Preis und Sortiment»

Diskussion der Beurteilung und Empfehlung zuhanden der KoM

Behandlung in KoM und Abgabe einer Empfehlung

Nach zwei Jahren zuhanden der AGr/KoM

Beurteilungsdimensionen

Ergänzung Schritt 1 (Prozess)

1. **Zielerreichung** (der beim Testdurchführungsentscheid festgelegten Ziele)


- a) Messbarkeit / Aussagekraft des Markttests
- b) Erreichung der festgelegten Ziele (qualitativ/quantitativ)
- c) Kundenzufriedenheit / Feedback

2. **Harmonisierung**

- a) Einordnung in Sortimentslandschaft
- b) Aufwand / Ressourcen
- c) Zentrale Umsetzung auf NOVA
- d) Strategiekonformität
- e) Einklang GITA

3. **Marktwirkung**

- a) Absatz / Umsatz
- b) Ertragswirkung
- c) Konsumwirkung (nach Möglichkeit Pkm)
- d) Beurteilung Modalsplit
- e) Öffentlichkeitswirkung (Kunde, Politik)



Template wird zur
Verfügung gestellt

Wie erreichen wir eine objektive Beurteilung?

Ergänzung Schritt 2 (Prozess)

- Beurteilung wird vom Testdurchführer erstellt (gemäss Beurteilungsbogen)
- Anschliessend erfolgt ein Review durch die GS ASP gemeinsam mit dem Mandat «Preis und Sortiment»
- Allfällige Dissens-Punkte werden in der Beurteilung zuhanden der KoM ausgewiesen

Mögliche Zweitbeurteiler (Review)	Vorteile	Nachteile
GS ASP	✓ Neutralität	× Ressourcen
NDV-Mandat «Preis & Sortiment»	✓ Ressourcen ✓ Know-How	× Neutralität
Nicht beteiligter Verbund/TU	✓ Neutralität	× Ressourcen × Know-How
Soundingboard	✓ Sicht des gesamten öV	× Aufwand & Kosten
Extern (z.B. Rapp Trans)	✓ Neutralität ✓ Know-How	× Kosten

➤ **Empfehlung:** Review durch GS ASP in Zusammenarbeit mit NDV-Mandat «Preis und Sortiment»

Behandlung in Arbeitsgruppe und Empfehlung KoM

Ergänzung Schritt 3 & 4 (Prozess)

Schritt 3: Behandlung Arbeitsgruppe

- Die Arbeitsgruppe diskutiert die Beurteilung und gibt eine Empfehlung zuhanden der KoM ab.

Perimeter	Verantwortlichkeit
Verbünde	AGr Verbünde und AGr Weiterentwicklung Pricing AT (nur falls Nutzung AT)
NDV	AGr Sortimentsentwicklung NDV und AGr Weiterentwicklung Pricing AT (nur falls Nutzung AT)

Schritt 4: Empfehlung KoM

- Die KoM formuliert eine Empfehlung zu einer allfälligen definitiven Markteinführung aus nationaler Sicht zuhanden des jeweils zuständigen Entscheidorgans des Tarifeigners

Empfehlungsmöglichkeiten:

1. Markteinführung
2. Einstellung des Markttests
3. Abwarten bis Resultate vergleichbarer Markttests vorliegen

Reporting umgesetzter Markttests und Pilote

Ergänzung Schritt 5 (Prozess)

- Report durch Testdurchführer zuhanden KoM zwei Jahre nach erfolgreicher Einführung am Markt
- Minimalanforderung:
 - Umsatz und Absatzentwicklung seit Einführung
 - Auswirkungen auf Drittsortiment
 - Kundenzufriedenheit
 - Konsum (PKM) und Ertragsätze



Backup.

Abgrenzungen und Definitionen

IN-of-scope

- Präjudiz-Charakter muss vorhanden sein (Abgrenzung kann sich an den Appell an die Verbünde orientieren)
- Vorhaben der Verbünde/TU, welche Einfluss auf andere Verbünde/TU haben können

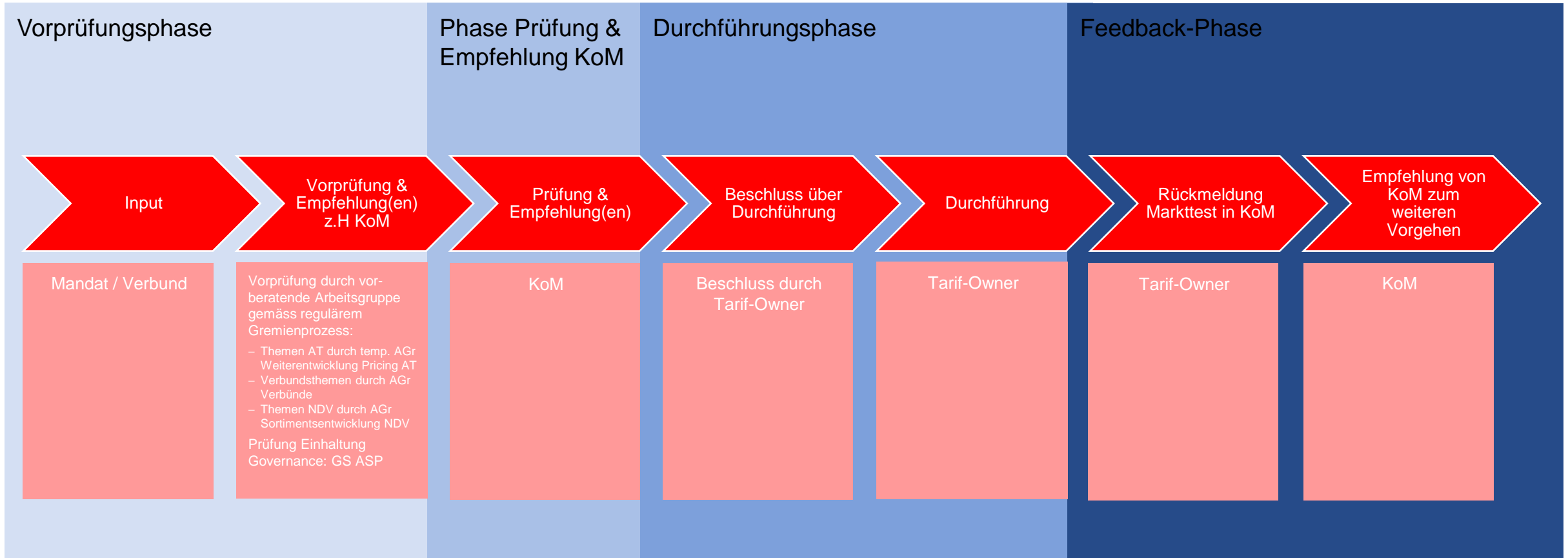
OUT-of-scope

- Marketingaktionen ohne Impact auf das öV-Gesamtsystem
- (Zeitlich befristete) Lokale Verkaufsförderungsaktionen
- «Copy-Paste»-bzw. «more of the same»-Aktionen

Markttest	Pilot	(Marketingaktion)*
Befristete Massnahme, Form der Marktforschung. Der Testgegenstand gilt nicht unbedingt als bereits marktreif. <i>Beispiel:</i> <i>öV-Guthaben</i>	Das Produkt gilt als weitgehend marktreif. Es wird aber in einem überschaubaren und kontrollierbaren Rahmen ausgerollt, um die Auswirkungen eventueller Kinderkrankheiten zu minimieren. Ein definitives Rollout ist bereits geplant. <i>Beispiel:</i> <i>Flexi-Abo</i>	Zeitlich, evtl. sonst beschränkte Massnahme, bestehend in der Vermarktung eines bestehenden Produkts in abgewandelter Form.

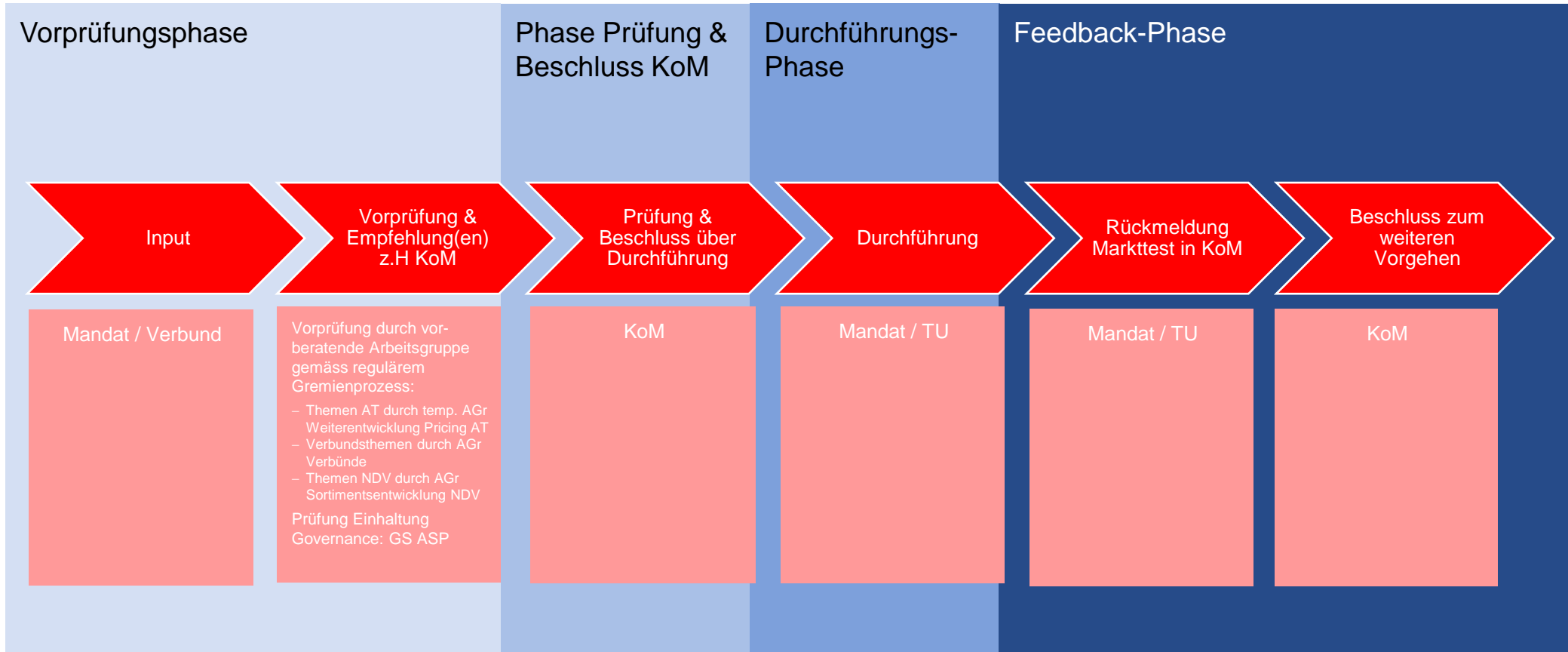
* wird hier nicht weiter behandelt, da out-of-scope

Prozess Verbund



Die KoM kann Empfehlungen abgeben, entscheidet aber nicht über die Durchführung eines Markttests. Dabei ist die Governance (Ue500) jeweils zu berücksichtigen.

Prozess NDV



Inhalt & Differenzierung

	Vor dem Launch	Während dem Launch	Nach dem Launch
Markttest	<p>Ziel: Messbare quantitative und / oder qualitative Ziele ausweisen (bspw. Mehrertrag, Kundenlenkung, Neukundengewinnung).</p> <p>Eingrenzung: Zeitlich limitiert, mit eingeschränktem Kundenkreis und gegen aussen als solches deklariert. Start- und Zieldatum im Voraus bekannt.</p> <p>Produktbeschreibung: Das Produkt ist ausreichend beschrieben (Funktionsweise, Preisberechnung, Vertriebskanal, Einnahmenverteilung, Laufdauer, externe Kommunikation).</p> <p>Strategie: Für eine definitive Markteinführung muss eine strategische Einordnung zu einer Preis- und Sortimentsstrategie des Tarifeigners bestehen.</p> <p>Datenschutz: Der Umgang mit den Kundendaten ist auszuweisen und muss datenschutzrechtlich konform sein (DSG, DSGVO).</p> <p>Wirtschaftlichkeit: Eine Einschätzung zur Wirtschaftlichkeit der Massnahmen liegt vor (Einnahmen vs. Kosten).</p> <p>Kundenorientierung: Die Kundenwirkung und Kundensicht soll vorgängig zumindest abgeschätzt werden.</p> <p>Kommunikation: Ein Kommunikationskonzept liegt vor und regelt die Kommunikationsbotschaften zwischen Tarif-Owner, ASP und Vertriebspartner. Die Kommunikation mit der ASP ist inhaltlich abgesprochen und abgestimmt (siehe Info Folie 9).</p> <p>Einnahmesicherung: Das Produkt soll über die regulären Kontrollprozesse elektronisch kontrolliert werden können, spätestens bei der regulären Einführung im Markt.</p> <p>Vertrieb & System: Prüfung zukünftige Umsetzbarkeit im Vertriebsstandard öV vorhanden. Markttests AT: Abrechnung der einzelnen Fahrten über NOVA müssen sichergestellt sein.</p>	<p>Zwischenergebnis: Die Zwischenergebnisse werden periodisch mit der KoM und den vorberatenden Arbeitsgruppen geteilt.</p>	<p>Schlussergebnis: Die Ergebnisse der Markttests müssen in Bezug auf die formulierten Ziele beurteilt und gewürdigt sein und werden mit der Branche geteilt.</p> <p>Einnahmesicherung: Das Produkt muss über die regulären Kontrollprozesse elektronisch kontrolliert werden können, spätestens bei der regulären Einführung im Markt.</p>
Pilot	<p><u>Vom Markttest abweichende Prüfvorgaben:</u></p> <p>Eingrenzung: Deklaration Zeitdauer und Kundenkreis. Pilot gegen aussen als solches deklariert.</p> <p>Wirtschaftlichkeit: Die Wirtschaftlichkeit der Massnahmen muss vorgängig ausgewiesen werden (Einnahmen vs. Kosten).</p> <p>Kundenorientierung: Die Kundenwirkung und Kundensicht muss vorgängig fundiert (bspw. Marktforschung/-test, Ableitung von bestehenden ähnlichen Produkte) abgeklärt und berücksichtigt sein.</p> <p>Vertrieb & System: Umsetzung auf NOVA, sofern die Funktionalität bereits vorhanden ist oder zeitnah umgesetzt werden kann.</p>	-	-