

Daten für die Preisgestaltung

Referat beim Swiss Insights TALK
Beat Fischer, intervista AG, 15.11.2023

Für die Preisgestaltung werden in der Regel immer verschiedene Arten von Daten verwendet.

Unternehmensinterne Daten

Umsätze

Produktionskosten

Nutzungsdaten

Etc.

Sekundärdaten

Desk Research

Marktstudien

Makroökonomische Daten (z.B. zur Inflation oder Wechselkurse)

Etc.

Primärdaten

Qualitative und quantitative Befragungen

Verhaltensmessungen

Experimente / Tests

Etc.



Case Study 1:
Neue Tarife im öV

Projekt myRIDE und Herausforderungen

Projektinformationen myRIDE

<https://www.allianceswisspass.ch/de/ueberuns/Strategie-2025/myride>

Herausforderungen (Auswahl)

- > Wie wird die Akzeptanz bei den Kund:innen sein?
- > Wie gut funktioniert die Technik?
- > Wie soll der Tarif konkret ausgestaltet werden?
- > Wie hoch ist die Zahlungsbereitschaft?
- > Wie soll beispielsweise mit regionalem Vielfahren umgegangen werden?
- > Wer definiert den Geltungsbereich?



Starker Einbezug der Kund:innen
und datenbasiertes Arbeiten

- > Resonanztests mittels
Befragungen
- > **Nutzung von Verhaltensdaten
(Reisetagebücher)**
- > Experimente
- > Markttest

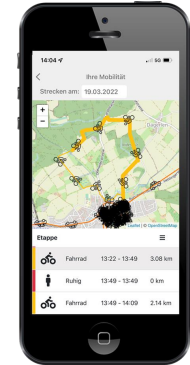
Zweck und Anforderungen an Reisetagebücher



Anforderung an Reisetagebücher

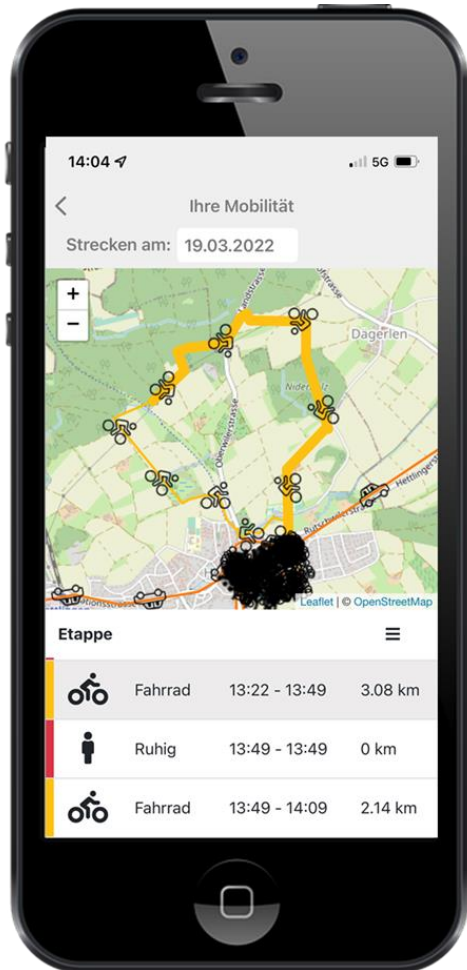
- > Alle Etappen mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- > mit Start- und Zielhaltestelle, Datum, Uhrzeit und Verkehrsmittel
- > Möglichst langer Zeitraum (idealerweise 1 Jahr)
- > Ergänzung mit Angaben zu Person
 - > Soziodemografie
 - > Abobesitz und bezahlte Preise

Projektdurchführung im Footprints-Panel von intervista



Verwendungszweck Reisetagebücher

- > Kalkulation von Effekten neuer Preis- und Angebotsformen...
 - > ... für einzelne Kund:innen
 - > ... für die Branche
- > Experimentieren mit Parametern und Feinjustierung



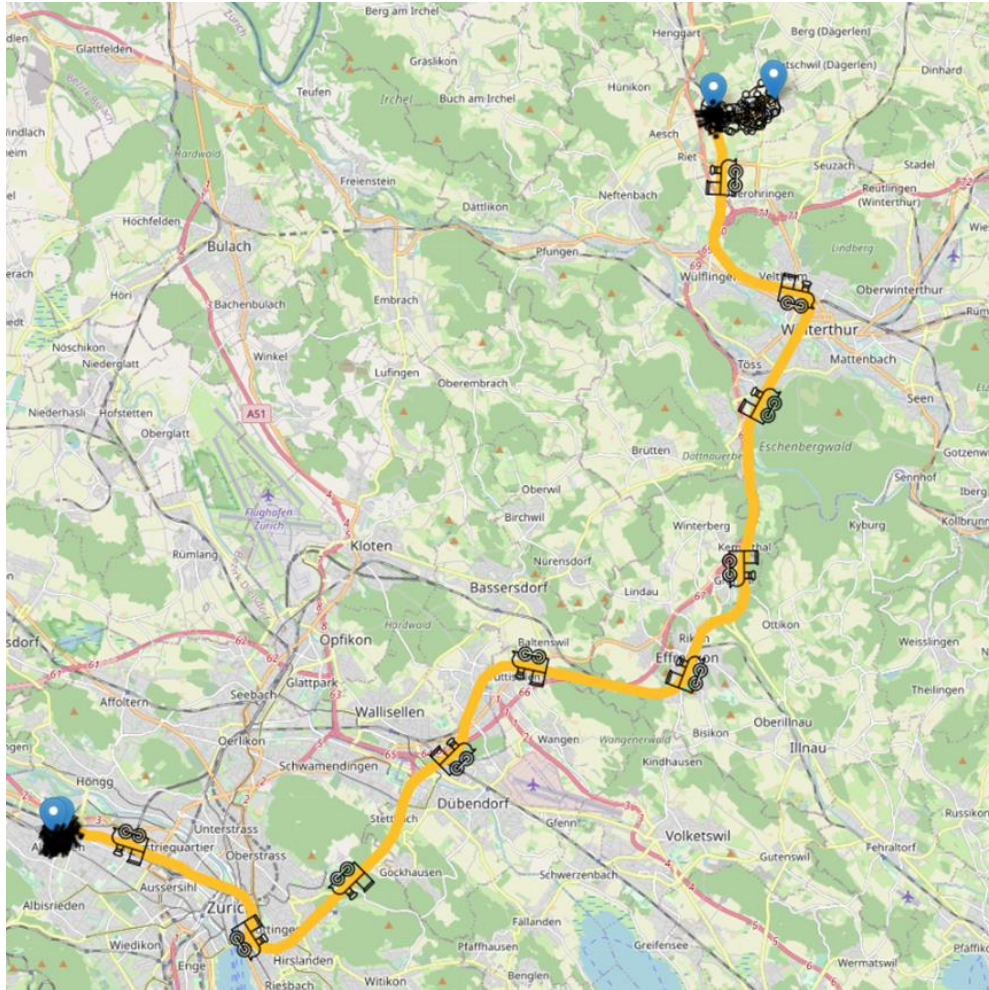
App „Footprints Research“

- > Kontinuierliches Tracking des Mobilitätsverhaltens
- > Nahezu vollständige und lückenlose Messung
- > Möglichkeit über die App zu befragen










Footprints-Panel in der Schweiz

- > Seit Oktober 2018
- > 3'000 aktive Panelisten
- > Repräsentativ für Schweizer Wohnbevölkerung
- > Monatliche Prämie für Teilnahme
- > Datenschutzkonform (DSG und DSGVO)
- > Verknüpfung von Profilmerkmalen und Messdaten möglich

Exkurs: Beispieldaten 6.11.2023



Ihre Etappen 06.11.2023

	Bus / Tram 08:01 - 08:06 Uhr	5 min	2,22 km
	Laufen 08:06 - 08:12 Uhr	5 min	0,37 km
	Zug 08:12 - 08:53 Uhr	41 min	36,16 km
	Laufen 08:53 - 09:01 Uhr	7 min	0,68 km
Stillstand: 09:01 - 12:05 Uhr			
	Laufen 12:05 - 12:09 Uhr	4 min	0,2 km
Stillstand: 12:09 - 12:15 Uhr			
	Laufen 12:15 - 12:18 Uhr	2 min	0,2 km
Stillstand: 12:18 - 18:03 Uhr			
	Laufen 18:03 - 18:09 Uhr	6 min	0,64 km
	Zug 18:09 - 18:48 Uhr	38 min	36,08 km
Stillstand: 18:48 - 19:03 Uhr			
	Bus / Tram 19:03 - 19:10 Uhr	6 min	1,78 km

Herausforderung

Kosten für öV-Nutzung ist stark von Abobesitz abhängig. Das Angebot an Abos ist in der Schweiz sehr umfangreich und heterogen.

Wie ermitteln wir nun möglichst detailliert den Besitz der Abonnemente für öffentliche Verkehrsmittel sowie die bezahlten Preise?

Lösung

Zusätzliche Befragung zum Thema Abobesitz

- > Art des Abos
 - > GA (GA Night, GA FVP)
 - > Halbtax
 - > Verbundabo
 - > Streckenabo und Modulabo
- > Klasse (1. Klasse, 2. Klasse)
- > Gültigkeit des Abos (z.B. Zonen, Zeitraum)
- > Bezahlte Preise
- > Option: Angabe der SwissPass-Nummer und Übernahme der Information aus SwissPass-System





Digital erhobenes Reisetagesbuch



Befragungsdaten inkl. Abobesitz

Daten für...

Kalkulation von Effekten neuer Preis- und Angebotsformen
Experimentieren mit Parametern und Feinjustierung

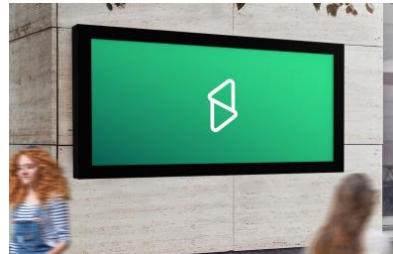


Case Study 2:
DOOH-Kampagnenpricing

Datenbedarf von Livesystems

Livesystems

- > Einer der grössten Vermarkter von digitaler Aussenwerbung in der Schweiz
- > Seit Mitte 2021 Teil der Schweizerischen Post
- > Mehr als 10'000 Bildschirme in verschiedenen Umfeldern



Welche Leistung wird mit einem Bildschirm/einer Kampagne erreicht?

Kontinuierliches Tracking über die App

Mobilitätsverhalten

- > Etappen, Wege und Ausgänge
- > Verkehrsmittelnutzung
- > Mobilitätszweck



Aufenthalte in der Nähe von Bildschirmen Indoor

- > Beacons montiert in Bildschirmen
- > Aufenthaltsdauer im Bereich



Sichtbarkeitsgewichtung



mit Berücksichtigung von...

- > Standort und Ausrichtung der Bildschirme
- > Daten zu Gebäuden von Swisstopo
- > Passagewinkel und Geschwindigkeit
- > Betriebszeiten der Bildschirme

Werbekontakte

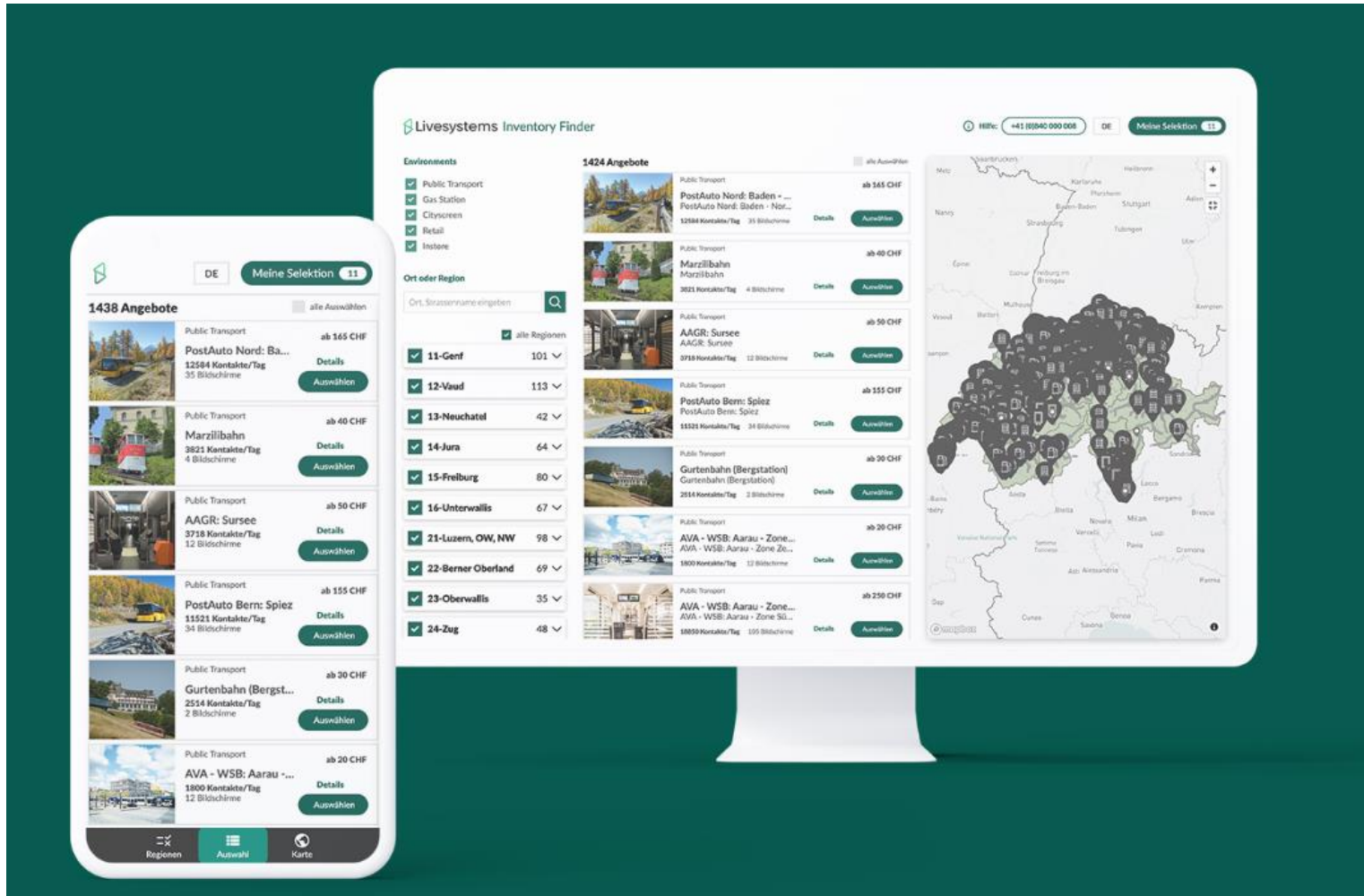
Kontakte mit Bildschirmen von Livesystemen an fixen Standorten in oder bei...

- > City Screens
- > F12D
- > Filialen der Post
- > migrolino-Filialen
- > Zapfsäulen

Kontakte mit Bildschirmen von Livesystemen in öffentlichen Verkehrsmitteln in...

- > Zug
- > Tram
- > Bus
- > Schiff
- > Bergbahn

Daten integriert in Inventory-Finder von Livesystems



Livesystems Inventory Finder

Livesystems Inventory Finder (Beta)

Map Search Mode

Environments

- Public Transport
- Gas Station
- Cityscreen
- Retail
- Instore
- F12D

Regions


Filter


416 Resultate





Environment


Retail

- 

Retail
Postfiliale
1000, Lausanne 1 Dépôt, Avenue de la G...
715 - 1785 Kontakte/Tag (brutto)
2 Bildschirme
ab 15 CHF
Details [Auswählen](#)
- 

Retail
Postfiliale
1000, Lausanne 2 St-François, Place Sai...
715 - 1785 Kontakte/Tag (brutto)
3 Bildschirme
ab 25 CHF
Details [Auswählen](#)
- 

Retail
Postfiliale
1000, Lausanne 12 Chailly, Avenue de C...
715 - 1785 Kontakte/Tag (brutto)
2 Bildschirme
ab 15 CHF
Details [Auswählen](#)
- 

Retail
Postfiliale
1000, Lausanne 16 Malley, Chemin du Vi...
715 - 1785 Kontakte/Tag (brutto)
2 Bildschirme
ab 15 CHF
Details [Auswählen](#)
- 

Retail
Postfiliale
1000, Lausanne 17 Riponne, Place de la ...
1786 - 3570 Kontakte/Tag (brutto)
2 Bildschirme
ab 40 CHF
Details [Auswählen](#)

Hilfe: +41 (0)840 000 008

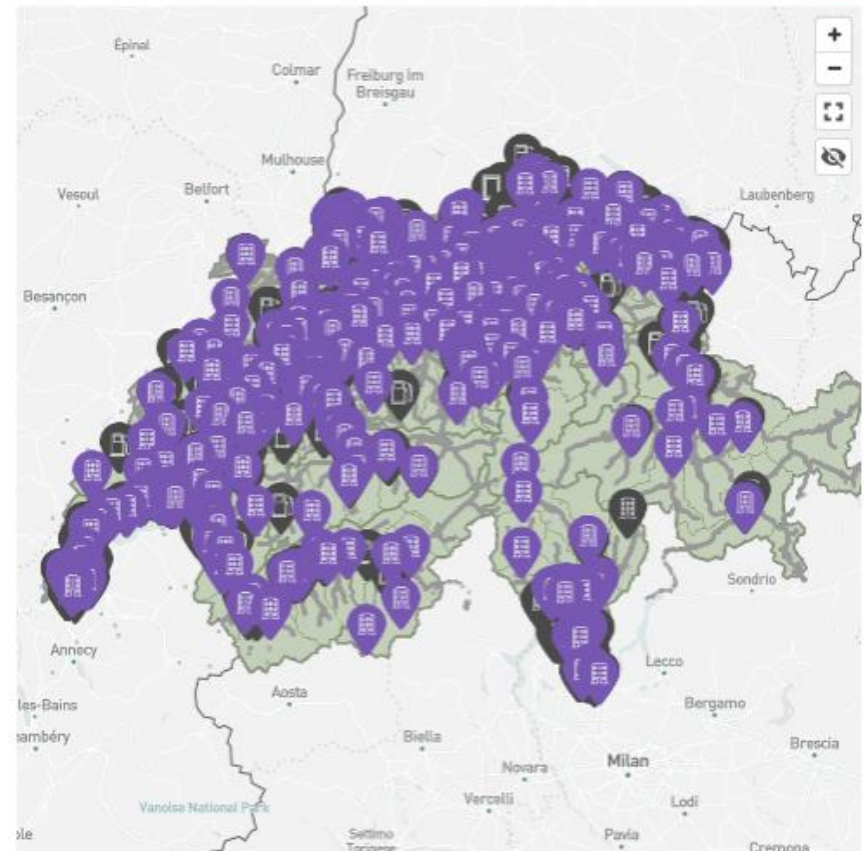
FAQ

DE



Resultate zeigen

Ort, Strassenname eingeben



Leistungsdaten und Berechnung Kampagnenpreis

Kampagnendaten

Zeitraum
15.11.2023 - 21.11.2023

Werbedruck
Strong

DD.MM.YYYY - DD.MM.YYYY



Leistungswerte

Kontakte Brutto

2'293'800

Nettoreichweite absolut

834'000

Nettoreichweite %

12%

OTS

2.8

GRP

34

Prozentuale Verteilung Nettokontakte

Geschlecht

Männlich:



41.49%

Weiblich:



58.51%

Alter

15 bis 29 Jahre:



24.01%

30 bis 59 Jahre:



31.94%

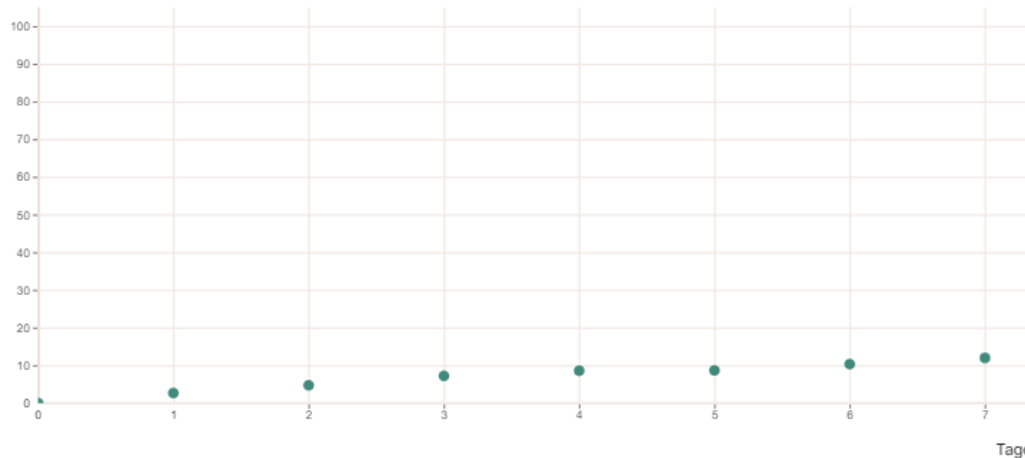
60 bis 79 Jahre:



44.05%

Reichweitenaufbau

Prozent



Beispiel: Kalkulation des Kampagnenpreises

TKP Retail national (Filialen der Post): CHF 17

Kampagnenpreis CHF 17 * 2'293'800 / 1000 = CHF 38'995



Beat Fischer

Mitglied der Geschäftsleitung

+41 31 511 39 21

beat.fischer@intervista.ch



Zeit für Fragen