



Conjoint-Analyse

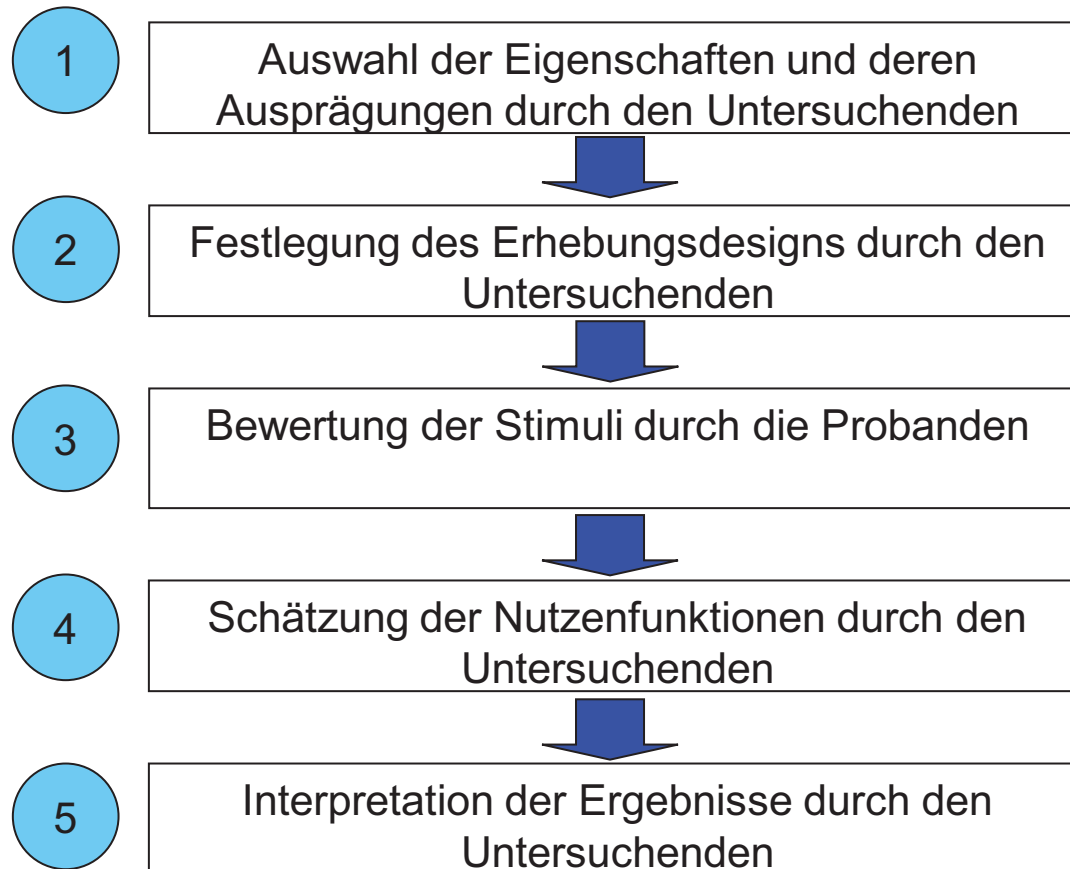
Begriffsdefinition / Anwendung

- Conjoint-Analyse wird definiert als Verfahrensansätze, welche auf Basis ganzheitlicher Urteile unter Beachtung eines experimentellen Designs einen Nutzen, die Gewichtung einzelner Merkmale und die Teilnutzen ihrer Ausprägungen ermitteln (nach Herrmann & Homburg 1999)

- Abstimmen von Produktkonzepten auf Kundenbedürfnisse
- Umgestaltung von etablierten Produkten und Dienstleistungen
- Suche von Preis- und Marktalternativen
- Abschätzung potenzieller Marktpreise
- Simulation der Marktbedeutung
- Marktsegmentierung



Schritte der Conjoint Analyse



Teilfaktorielles Erhebungsdesign



Beim teilfaktoriellen Design werden nur bestimmte Kombinationen ausgewählt.

Regeln für teilfaktorielle Designs:

- Jede Eigenschaft kommt auf jeder Stufe gleich oft vor
- Jede Eigenschaft wird unabhängig von anderen Eigenschaften variiert.

Einschränkungen: Wechselwirkungen zwischen Eigenschaften können nur dann analysiert werden, wenn sie im Versuchsdesign bereits berücksichtigt wurden.

Beispiele für die Möglichkeiten mit teilfaktoriellen Designs:

Anzahl Eigenschaften	Anzahl Stufen je Eigenschaft	Anzahl Kombinationen (vollfaktoriell)	Anzahl Kombinationen (teilfaktoriell)
7	2	128	8
4	3	81	9
1-6	2	4096	16
3	4		



Beispiel



- Mit 5 Faktoren auf 3 Stufen ergibt sich ein teilfaktorielles Design mit 18 verschiedenen Kombinationen der Eigenschaften.
- Um die Befragung nicht zu komplex zu gestalten wurden die 18 verschiedenen Kombinationen in zwei Gruppen aufgeteilt.
- In der Befragung wird jeweils nur eine Gruppe durch einen Kunden bewertet. Insgesamt werden Gruppe 1 und 2 gleich häufig bewertet.

Gesprächszeit	Zusatzfunktion	Grösse	Auflösung	Preis	Gruppe
3	MP3	1	2	150	1
3	Mail	2	3	200	1
3	Navi	3	5	250	1
6	MP3	1	3	200	1
6	Mail	2	5	250	1
6	Navi	3	2	150	1
9	MP3	2	2	250	1
9	Mail	3	3	150	1
9	Navi	1	5	200	1
3	MP3	3	5	200	2
3	Mail	1	2	250	2
3	Navi	2	3	150	2
6	MP3	2	5	150	2
6	Mail	3	2	200	2
6	Navi	1	3	250	2
9	MP3	3	3	250	2
9	Mail	1	5	150	2
9	Navi	2	2	200	2

Beispiel



Bewertung durch die Probanden durch Bildung einer Rangfolge von

- 9 = favorisiertes Handy
- 1 = nicht attraktiv

Gesprächszeit	Zusatzfunktion	Grösse	Auflösung	Preis	Proband	Ranking
3	MP3	1	2	150	1	5
3	Mail	2	3	200	1	6
3	Navi	3	5	250	1	1
6	MP3	1	3	200	1	4
6	Mail	2	5	250	1	3
6	Navi	3	2	150	1	8
9	MP3	2	2	250	1	3
9	Mail	3	3	150	1	9
9	Navi	1	5	200	1	7
3	MP3	3	5	200	2	6
3	Mail	1	2	250	2	5
3	Navi	2	3	150	2	4
6	MP3	2	5	150	2	7
6	Mail	3	2	200	2	1
6	Navi	1	3	250	2	2
9	MP3	3	3	250	2	3
9	Mail	1	5	150	2	9
9	Navi	2	2	200	2	8
3	MP3	1	2	150	3	5

Beispiel für systematische Zusammenhänge



Statistische Analyse



Signifikantes Ergebnis:

Source	DF	Seq SS	Adj SS	Adj MS	F	P
Gesprächszeit	2	30,083	30,083	15,042	3,55	0,035
Zusatzfunktion	2	16,083	16,083	8,042	1,90	0,159
Grösse	2	70,750	70,750	35,375	8,35	0,001
Auflösung	2	5,083	5,083	2,542	0,60	0,552
Preis	2	86,333	86,333	43,167	10,18	0,000
Error	61	258,542	258,542	4,238		

Total 71 466,875

S = 2,05873 R-Sq = 44,62% R-Sq(adj) = 35,54%

Zufälliges Ergebnis:

Source	DF	Seq SS	Adj SS	Adj MS	F	P
Gesprächszeit	2	7,583	7,583	3,792	0,54	0,584
Zusatzfunktion	2	2,333	2,333	1,167	0,17	0,847
Grösse	2	4,083	4,083	2,042	0,29	0,748
Auflösung	2	22,583	22,583	11,292	1,61	0,207
Preis	2	3,583	3,583	1,792	0,26	0,775
Error	61	426,708	426,708	6,995		

Total 71 466,875

S = 2,64485 R-Sq = 8,60% R-Sq(adj) = 0,00%