

**B2B KONCEPTTEST
CASE: TELIA APP MARKET**



"DET MEST OVERRASKENDE RESULTAT HAR NOK VÆRET, HVILKE SEGMENTER DET HER RAMMER MEST PRÆCIST. DET ØNSKER VI IKKE AT DELE MED VORES KONKURRENTER – MEN DET VISER, AT VI SELV SOM STOR VIRKSOMHED KAN BLIVE OVERRASKET OVER VORES MARKED OG DYNAMIKKERNE I DET."

TERESE SERUP, B2B MARKETING MANAGER, TELIA

Forbrugerne har iTunes. Virksomhederne skal have Telia App Market – applikationer rettet mod erhvervslivet: økonomi, CRM, mail osv. Ideen er, at tilbyde erhvervskunderne one-point-shopping og en cloud-baseret løsning med en fælles kundeservice, der kan trække på Telias omfattende nordiske infrastruktur. Ipsos testede konceptet for at afklare, om markedet overhovedet ser Telia som mere end leverandør af tele og data. Ud over at konstatere et klart "Go" for konceptet, gav analysen også Telia helt konkrete input til færdigudviklingen af produktet og en egentlig lanceringsstrategi.



Udfordringen

- Er B2B markedet parat til Telia App Market – og hvilke er de vigtigste barrierer og mulige genveje?
- Hvilke produkter efterspørger forskellige kundesegmenter, og hvad er konceptets forretningsmæssige potentiale?

Udbyttet

"Kombinationen af en kvalitativ og en kvantitativ analyse har givet os et meget kvalificeret vidensgrundlag – både i bredden og i dybden. Den kvalitative analyse giver meget præcise og konkrete udsagn. Den kvalitative analyse gør det muligt at prøve indsigterne op imod hele markeder, kundesegmenter osv."

- Terese Serup, B2B Marketing Manager, Telia

Et par eksempler på udbyttet:

- Telia fik et "Go" for konceptet under en række forudsætninger, bl.a. at der er kritisk masse i udbuddet af applikationer før lancering.
- Analysen gav helt konkrete input til hvilke applikationer, forskellige kunder efterspørger. Og dermed også hvilke, der bør udvikles først.
- Den internationale benchmark viste, at Telias App Market vil performe over markedsgennemsnit og påvirke Telias brand i positiv retning.

Analysen

- Dybdeinterview hos Ipsos (12 styk), med kunder og ikke kunder, for at afklare markedets modenhed; generelt og ift. Telias nye koncept.
- Udvikling af hypoteser og identifikation af markeds- og koncept-relevante spørgsmål.
- Online interview (215 kunder og ikke-kunder) fordelt på brancher, virksomhedsstørrelse og beslutningstagertype.
- Kvantificering af markedspotentialet via benchmarking af resultaterne op imod 176 sammenlignelige, tidligere testede koncepter (Ipsos internationale database).
- Integreret afrapportering af kvantitative og kvalitative resultater med konklusioner og konkrete anbefalinger.

Telias vurdering

"Analysen haft stor værdi ift. til at overbevise og få organisationen med på den videre udvikling af konceptet. Ikke mindst fordi anbefalingerne har været så konkrete og solidt dokumenteret."

"Vi fik, hvad vi havde brug for. Generelt er Ipsos rigtig gode til at spørge ind til vores problemstillinger. Og kommer med forskellige indgangsvinkler til, hvordan opgaven bedst kan løses. Den dialog endte med det integrerede setup, som ligger til grund for koncepttesten af Telia App Market."

Kom videre

Ipsos koncept- og produkttest indgår i paletten af metoder, der hjælper med at afdække vækstmulighederne for specifikke brands på markedet. Metoderne forklaringsværdi understøttes af Ipsos globale benchmarks på tværs af markeder og produkter.

Kontakt Klaus Mikkelsen, Country Manager, på +45 3319 3999