

Pressemitteilung

quantilope launcht automatisierte Lösung für die bedürfnisorientierte Zielgruppen-Segmentierung

Der globale Insights-Technologie-Anbieter quantilope launcht im neuesten Update seiner Insights Automation Plattform die automatisierte Need-based Segmentation. Die Neuentwicklung ermöglicht Marken, den Prozess einer professionellen Segmentierung automatisiert zu realisieren. quantilope präsentiert die neue Lösung auf der internationalen Fachmesse Succet 2021 in München.

Hamburg/New York, 2021, Oktober 27 Das Technologieunternehmen für automatisierte Marktforschung quantilope veröffentlicht heute das neueste Update seiner Insights Automation Plattform. Mit dem neuen Release launcht quantilope seine neue, automatisierte Zielgruppen-Segmentierung zur bedürfnis-basierten Segmentierung von Zielgruppen für Marketing, Produktentwicklung und Innovation.

Die neue automatisierte Analyse befähigt Unternehmen und Marken, den bisher kosten- und zeitaufwendigen Prozess einer professionellen Need-based Segmentation ab sofort in einem Bruchteil an Zeit zu realisieren. Für die Unterteilung von Zielgruppensegmenten anhand von gemeinsamen Präferenzen, beispielsweise Bedürfnissen, Motivationen oder Erwartungen, setzt quantilope auf eine Kombination automatisierter Methoden der modernen, quantitativen Marktforschung: Präferenzmessung durch ein einfach anwendbares Maximum-Difference-Scaling, automatisierte Datenaufbereitung und Validitätschecks, kombinierte State-of-the-Art Clustering-Verfahren, ein Empfehlungsalgorithmus zur Bestimmung der optimalen Segmentanzahl sowie Machine Learning-Verfahren zur automatisierten, anwendungsorientierten Profilierung der Bedürfnis-Segmente.

“Das neue Update ist ein Meilenstein für das Marketing: Professionelle Segmentierung war noch nie so schnell und einfach! Die neue automatisierte Segmentierung von quantilope liefert Marken ein differenziertes Zielgruppenverständnis. Zukünftige Produktideen, Kommunikation, Promotions oder jegliche andere Marketingaktivitäten können dann sehr einfach auf Erfolg bei der spezifischen Zielgruppe getestet werden. So entstehen Marketingaktionen, Produkte und Services, die Konsumenten förmlich aus dem Herzen sprechen”, erklärt Dr. Peter Aschmoneit, CEO und Co-Founder von quantilope.

Die wichtigsten Vorteile des neuen Updates im Überblick:

- **100% automatisierter Prozess**
Keine manuellen Berechnungen oder Analysen erforderlich
- **Einfache Anwendung führt zu fundierten Ergebnissen**
Intuitive, einfache Anwendung sowie automatisierter Einsatz von Machine Learning und statistischen Algorithmen ermöglichen fundierte Ergebnisse ohne Spezialkenntnisse

- **Schnelle Durchführung und Ergebnisse**
Der Prozess einer professionellen Segmentierung kann in wenigen Tagen realisiert werden. Ergebnisse können in einem Bruchteil der bisher herkömmlich benötigten Zeit generiert werden.
- **Flexible Visualisierung**
Anschauliche, holistische Optionen zur Darstellung und Analyse von Zielgruppen-Segmenten zur einfachen Anwendung im strategischen und operativen Marketing

Zielgruppen-Segmentierung ist unter Experten für Marketing, Kommunikation sowie Innovation hoch geschätzt. Eine Need-based Segmentation ermöglicht Marken, Produktentwicklungen und Kommunikation an den relevanten Bedürfnissen und Motivationen von Konsumenten auszurichten und zu entwickeln. Zudem liefern die Erkenntnisse wichtigen Input, um die Marken- und Preisstrategie regelmäßig erfolgreich anzupassen sowie Kommunikationsmittel optimal zu gestalten.

Zusatzinformationen

Mit der neuen Lösung bringt quantilope die Vorteile verschiedener in der Praxis angewandter Segmentierungsansätze in einem Tool zusammen. Die bisher in der Praxis am meisten verwendete Art der Segmentierung basiert zumeist auf beobachtbaren Eigenschaften wie Soziodemografika oder aktuellem Verhalten wie Kauffrequenz und Mediennutzung. Während Segmente aufgrund aktueller Verhaltensweisen und Eigenschaften schnell im operativen Geschäft verwendet werden können, sind die Erkenntnisse für zukünftige, strategische Handlungen sehr begrenzt, vor allem in Zeiten dynamischer Märkte und sich schnell verändernder Konsumentenbedürfnisse. Ebenso werden Zielgruppen oft anhand allgemeiner Modelle, wie z.B. Persönlichkeitsmerkmale, Einstellungen oder Lifestyles beschrieben. Durch die sehr abstrakte Betrachtungsweise, gestaltet sich hier jedoch die Übersetzung in die tagesaktuelle, operative Anwendung oft als sehr schwierig.

Durch quantilopes automatisierte Need-based Segmentierung werden die Nachteile dieser Verfahren adressiert ohne auf ihre Vorteile verzichten zu müssen. Durch die Einteilung in Segmente anhand der Kategorie-spezifischen Bedürfnisse wird sichergestellt, dass die Erkenntnisse auf das jeweilige Unternehmen bzw. die Kategorie zugeschnitten sind und dabei ein tiefes Verständnis der Konsumenten erzielt wird, um z.B. erfolgreiche Produkte oder Kampagnen anhand unerfüllter Bedürfnisse zu entwickeln. Gleichzeitig muss durch die automatisierte Profilierung der Bedürfnis-Segmente nicht auf wertvolle Informationen durch beobachtbare Eigenschaften wie Demografika oder Kaufverhalten bzw. das Mapping der Segmente zu allgemeinen Persönlichkeits- oder Lifestylemodellen verzichtet werden. Somit ist sowohl eine schnell umsetzbare, unternehmensspezifische Anwendung sichergestellt, ohne auf Erkenntnistiefe verzichten zu müssen. Und das signifikant vereinfacht und in nur wenigen Tagen umsetzbar.

Über quantilope

quantilope ist ein internationales Software-Unternehmen und führender Anbieter in der Insights-Automation-Technologie. Die mehrfach für hohe Innovationskraft ausgezeichnete Insights Automation Plattform von quantilope befähigt Unternehmen wichtige Zielgruppenerkenntnisse, Konsumentenbedürfnisse und Kaufmotivationen fundiert innerhalb weniger Tage zu erheben und unmittelbar für Marketing, Produkt und Innovation nutzbar machen.

Die Forschungsplattform setzt dabei auf fortschrittliche, automatisierte Forschungsmethoden aus der quantitativen sowie kurzen auch qualitativen Marktforschung sowie Künstliche Intelligenz. quantilope unterstützt Unternehmen von der Ideenfindung und Entwicklung, über die Markteinführung, bis zum Tracking Ihrer Konzepte, Produkte und Kommunikationsmaßnahmen.

quantilope wurde 2014 gegründet und zählt zu den am schnellsten wachsenden Technologieunternehmen in Deutschland (Tech Fast 50, Deloitte 2020) und zählt weltweit zu den Top 50 innovativsten Anbietern für Insights (Platz 17, GRIT Top 50 Most Innovative Suppliers 2021, Greenbook) und ist Award Finalist 2021 powered by Quirks für Technology Impact. Das Unternehmen beschäftigt weltweit über 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Download / Links

Pressemeldung und Bildmaterial:

<https://www.quantilope.com/de/pressekontakt>

Pressekontakt & Interviewanfragen:

Europa

quantilope GmbH
Aimée-Désirée Bauer
Senior Manager Communications & PR
Charlottenstraße 26, 20257 Hamburg, GERMANY
Office +49 40 210 918 979
E-Mail aimee.bauer@quantilope.com

United States

quantilope Inc.
Johanna Azis
Head of Marketing U.S.
433 Broadway, New York, NY 10013 | UNITED STATES
Office +1 917 865 3038
E-Mail johanna.azis@quantilope.com