



Relaunch

In Summe wurde in die Modernisierung des Geschäfts ein sechsstelliger Betrag investiert. Geöffnet ist in Wien jeweils von Donnerstag bis Samstag von 10 bis 20 bzw. von 10 bis 18 Uhr.



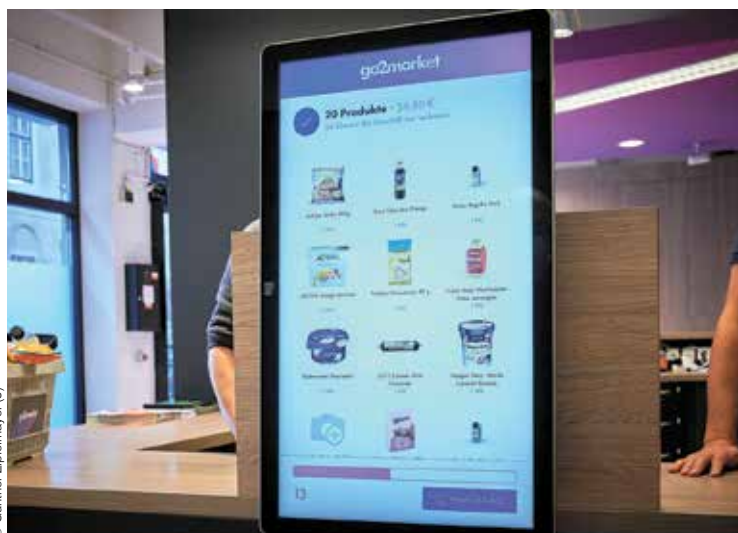
wechselnde Angebot richtet sich an maximal 1.500 registrierte Mitglieder, die der durchschnittlichen Soziodemografie Österreichs entsprechen. Diese werden sodann im Zuge ihres Einkaufs unter allen relevanten Parametern der Marktforschung auf verschiedenen Ebenen analysiert.

Im Gegenzug für eine monatliche Gebühr erhalten sie ein Einkaufsguthaben von 55 €. Angeboten werden Mitgliedschaften für 12 (12,90 €/mtl.), 6 (14,90 €/mtl.) oder 3 (16,90 €/mtl.) Monate.

Innovative Marktforschung

Mit seinem Konzept will go2market nicht nur an Produktneuheiten interessierte Kunden ansprechen, sondern Markenartikelherstellern sowie Start-ups gediegene Real-Life-Insights bieten. „Wir sehen die Produkte mit den Augen der Konsumenten und wollen die Marktforschung auf ein neues Level heben“, erklärt Perdolt, der, um sich ganz dem Neustart des Konzepts widmen zu können, alles auf eine Karte setzt – und sich nach 23 Jahren zur Gänze aus der Geschäftsführung des Weekend Verlags zurückgezogen hat.

„Man muss bedenken, dass aktuell neun von zehn Produkteinführungen scheitern, weil das Wissen über Konsumenten und jeweilige Zielgruppe oftmals nicht ausreichend ist. Das wollen wir mit maßgeschneiderten Analysen auf Basis einer real-life-Situation, die auf Wunsch auch in Echtzeit zum Download erhältlich sind, ändern“, so Perdolt weiter. Um den Verbrauchern ein besonders außergewöhnliches Einkaufserlebnis zu bieten, setzt go2market auf technisch neueste Features wie Soundduschen, digitale Preisauszeichnung zur Messung der Preissensibilität in jeder Phase der Produktentwicklung oder Scan & Go.



”

Neun von zehn Produkteinführungen scheitern, weil das Wissen über Konsumenten und Zielgruppe nicht ausreicht.

Thomas Perdolt
go2market

“