# WELCHE IDEE VERDIENT IHR BUDGET?

Viele Ideen. Begrenzte Ressourcen. Und die Frage: Welche davon verfolgen wir weiter? Genau dafür gibt es Ideenscreening. Wir testen viele Ideen früh, schnell und vergleichbar, noch bevor Zeit und Budget in Konzept- oder Produktentwicklung und weitere Research-Stufen fließen.



# IDEEN SCREENING

**25 IDEEN? DANN BRAUCHEN SIE NICHT 25 DEEP DIVES.**

mrktgnt.

# KILL WEAK IDEAS EARLY

Eine schwache Idee wird nicht besser, nur weil bereits viel Arbeit in ihr steckt. Im Gegenteil: Je später sie aussortiert wird, desto teurer war der Weg dorthin. **Ideenscreening** schafft einen frühen **Reality Check** mit Konsument*innen. Noch bevor aus einer Idee ein ausgearbeitetes Konzept, ein Entwicklungsprojekt oder sogar ein Launch-Kandidat wird.

## 5 ZENTRALE FRAGEN

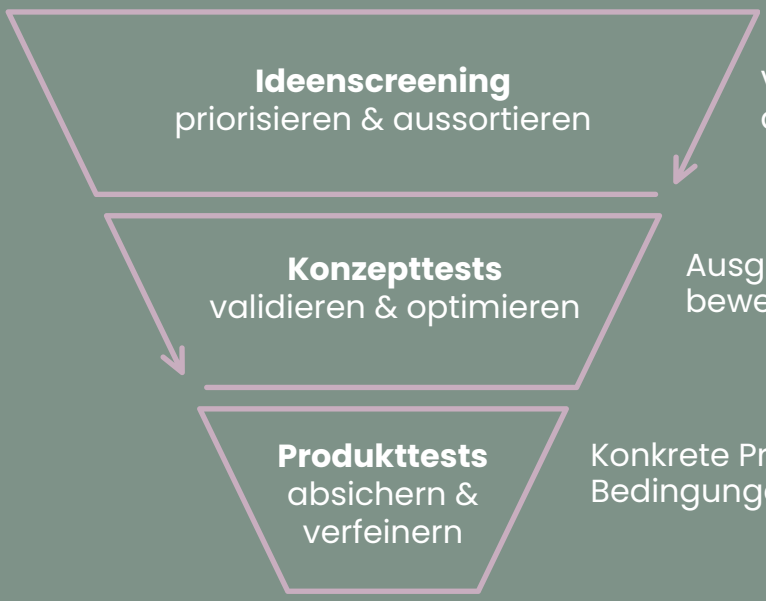
- **Relevant?** Spricht die Idee ein echtes Bedürfnis an?
- **Eigenständig?** Sticht die Idee heraus?
- **Begehrenswert?** Weckt sie spontanes Verlangen?
- **Glaubwürdig?** Ist sie für Kategorie und Marke stimmig?
- **Zukunftsfähig?** Ist das Potenzial groß genug?

> **FRÜH STOPPEN, WAS NICHT TRÄGT.
> FRÜH ERKENNEN, WAS POTENZIAL HAT.
> MEHR INVESTIEREN, WO ES SICH LOHNT.**

mrktgnt.

# ERST AUSSORTIEREN. DANN OPTIMIEREN.

**Ideenscreening** ist bewusst schlank. Nicht, weil uns Details nicht interessieren, sondern weil sie an dieser Stelle noch nicht die wichtigste Frage beantworten. Jetzt geht es um Selektion, später um Optimierung. Und genau diese Trennung macht Innovationsprozesse schneller und effizienter.




Viele Ideen frühzeitig und effizient auf ihr Potenzial prüfen.

Ausgewählte Konzepte detailliert bewerten und besser verstehen.

Konkrete Produkte unter realitätsnahen Bedingungen testen.

- **Relevant?** Trifft die Idee einen Nerv?
- **Different?** Hebt sie sich erkennbar ab?
- **Desirable?** Macht sie Lust auf mehr?
- **Credible?** Passt sie zur Marke und Kategorie?
- **Worth pursuing?** Ist das Potenzial groß genug?

mrktgnt.

# BREITE VOR TIEFE IST DAS METHODISCHE PRINZIP.

- Vergleichsweise viele Ideen
- Wenige, entscheidungsrelevante KPIs
- Klare Priorisierung
- Selektion statt Optimierung
- Das Ergebnis: Eine klare Shortlist statt einer langen Ideenliste

## THINK BIG, SCREEN SMART

**IHRE IDEEN SIND BEREIT. WIR AUCH. LASSEN SIE UNS GEMEINSAM DIE BESTEN HERAUSFILTERN.**

info@marketagent.com
+43 (0)2252 - 909009
www.marketagent.com

mrktgnt.