

Best-Worst Choice-Based Conjoint-Analyse

Eine neue Variante der wahlbasierten Conjoint-Analyse

Warum entscheiden sich Konsumenten für ein bestimmtes Produkt? Zur Beantwortung der scheinbar simplen Frage wird von Entscheidungsträgern im Marketing häufig die aus der Psychologie stammende Choice-Based Conjoint-Analyse herangezogen. Bei diesem Verfahren wird auf Basis abgefragter Wahlentscheidungen ermittelt, welchen Nutzen bestimmte Produktcharakteristika stiften und welche Eigenschaften eine besonders große Rolle bei der Entscheidung für oder gegen ein Produkt spielen. Die Güte der dahinter stehenden Schätzverfahren lässt jedoch deutlich nach, wenn nur wenige individuelle Wahlentscheidungen beobachtet werden können. Ralph Wirth stellt mit der Best-Worst Choice-Based Conjoint-Analyse einen Ansatz vor, der eine Verbesserung der Schätzungsgüte in gerade diesen Situationen verspricht. Er verfolgt dabei die Grundidee, nicht nur die beste, sondern auch die schlechteste der gezeigten Alternativen abzufragen und somit den Umfang der gewonnenen Präferenzinformationen zu erhöhen. In diesem Buch erläutert er verschiedene Alternativen zur Modellierung beobachteter Best-Worst-Wahlen und entwickelt die zugehörigen Hierarchischen-Bayes-Schätzmodelle. Zudem stellt er die Ergebnisse einer groß angelegten Simulationsstudie zum Vergleich dieses neuen Ansatzes mit bestehenden Verfahren der wahlbasierten Conjoint-Analyse vor.



34,90 €

32,62 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783828821880

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8288-2188-0

Verlag: Tectum

Erscheinungstermin: 09.02.2010

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2010

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 383 g

Seiten: 258

Format (B x H): 148 x 210 mm

