

EV-Persona-Adopter-Studie

Eckdaten

- Erhebung: Q2/2021, online
- Stichprobe: N = 9.000 (für 5 Länder)
- Region: EU Big 5 (DE, ES, FR, IT, UK)

Methodischer Ansatz

- Ermittlung der EV-Adoptionswahrscheinlichkeit neuer Segmente bzgl.
 - psychographische Charakteristika
 - persönliche Lebenssituationen
 - Antriebsstrang-Präferenzen
 - Fahrzeugeigentum und – Nutzungspräferenzen

Mehrwert

- Segmentierung europäische Autokäufer:innen nach ihrer EV-Adoptionswahrscheinlichkeit
- Erwartungshaltung nächste Käufer an Produkte und Ausstattung
- Grundlage für erfolgreiche Ansprache der nächst-erreichbaren EV-Käufer-segmente

Studieninhalte

Zur Person

- Demographische Merkmale, Wohn- und Arbeitssituation, Bildungshintergrund, Einkommen, Werte, Überzeugungen, Einstellung
- Fahrzeugalter, -nutzung und -klasse, Nähe zum nächsten Fahrzeugkauf (1, 1-2, 2-3, 3-5 Jahre)
- Persönliches Mobilitätsverhalten

Segmentierung

- Nachvollziehbare, intuitive Persona-Profile, die die Mindsets der nächsten EV-Käufersegmente in Europa vermitteln
- Persönliche EV-Motivation und Adoptionswahrscheinlichkeit
- Einstellungen und Wertevorstellungen

Zugang zum Daten-Dashboard-Portal

- Abonnenten haben über ein Online-Portal volle Zugriffsrechte zur Abfrage des Datensatzes und können eigene (Kreuz-)Tabellen und Grafiken abrufen.

CRM-Datenbank-Fusion

- Abonnenten haben die Möglichkeit, die EV-Forward-Personas nach den referenzierten Postleitzahlen ihren eigenen Kundendaten zuzuordnen.

