

**How innovative are we really?**  
An investigation into the adoption of new  
products in Flanders

Prof. dr. ir. M. Debruyne  
Prof. dr. B. Weijters

## Overzicht

- **I. Focus op de consument**
  - Wie is de innovatieve consument – psychologische drijfveren
  - Toepassing: segmentatie van de Vlaamse online bevolking
- **II Focus op de innovatie**
  - De product levenscyclus
  - Productkenmerken die adoptie versnellen
  - Producten en demografie

# I. Wie is de innovatieve consument?

Drijfveren van innovativiteit  
Toegepast: segmentatie

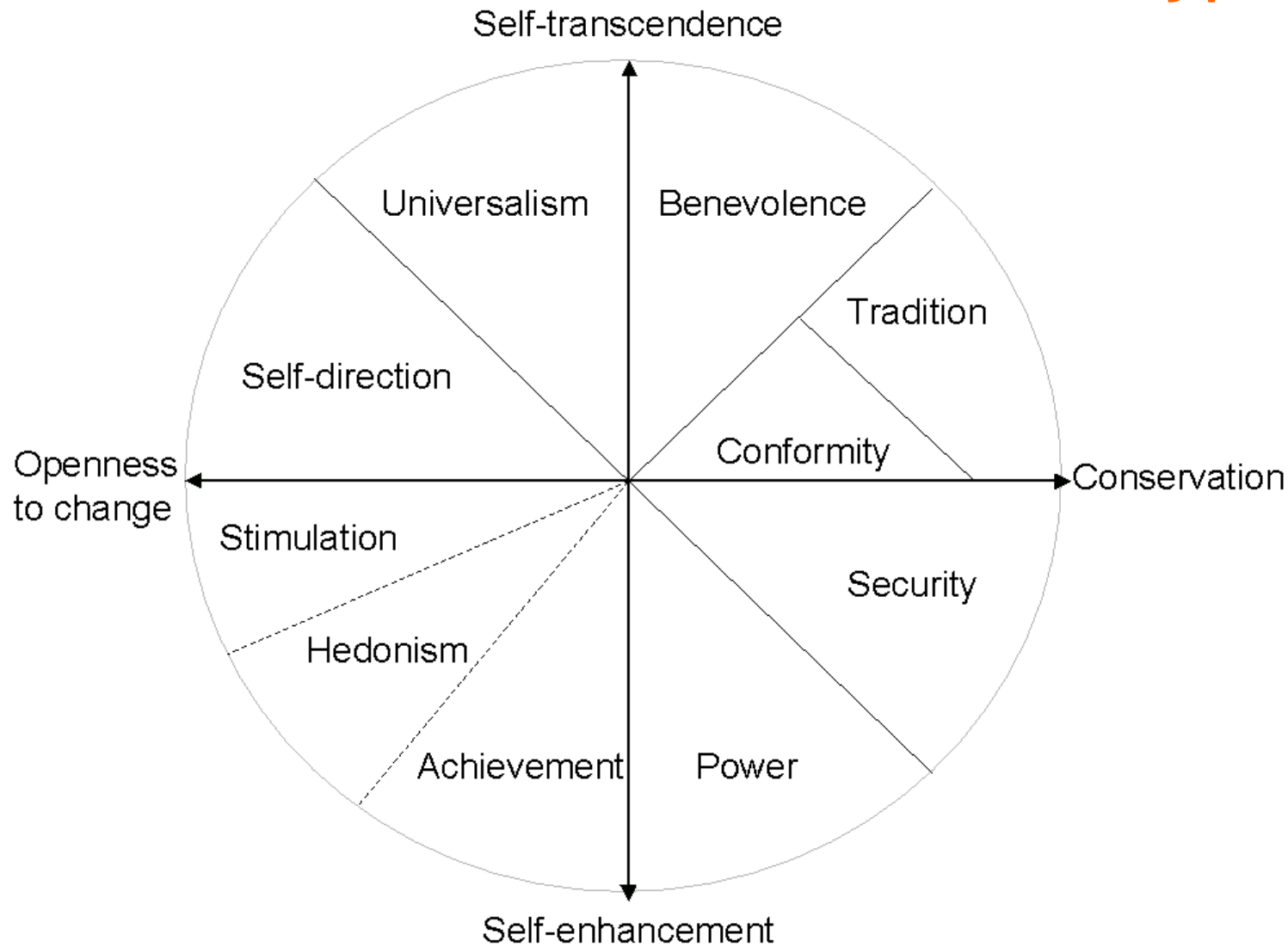
## Psychologische drijfveren van innovatief consumentengedrag

- Algemene karaktertrekken:
  - Innovativiteit
  - ‘Mavenism’
  - Vatbaarheid voor normatieve invloed
- Productspecifieke karakteristieken:
  - Interesse in de productcategorie
  - Domeinspecifieke innovativiteit

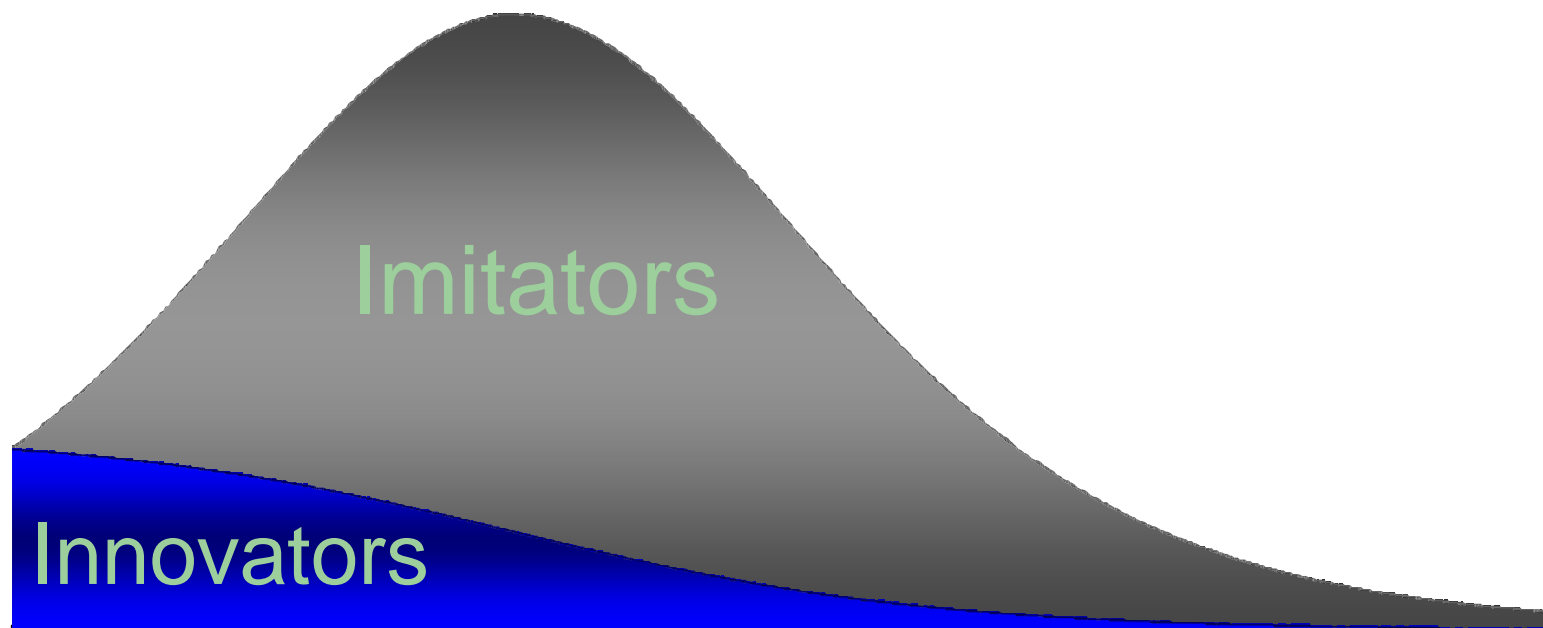
## Algemene karakteristieken

- **Innovativiteit**
  - Ik ben meestal bij de eersten om een nieuw product uit te proberen.
- **'Mavenism'**
  - Ik leer mijn vrienden graag nieuwe merken en producten kennen.
  - Mijn vrienden en burens komen vaak bij mij voor advies.
- **Vatbaarheid voor normatieve invloed**
  - Ik krijg het gevoel erbij te horen als ik dezelfde producten en merken koop als anderen.

# Schwartz waardentypologie



Het belang van innovativiteit, mavenism en vatbaarheid voor normatieve invloeden:

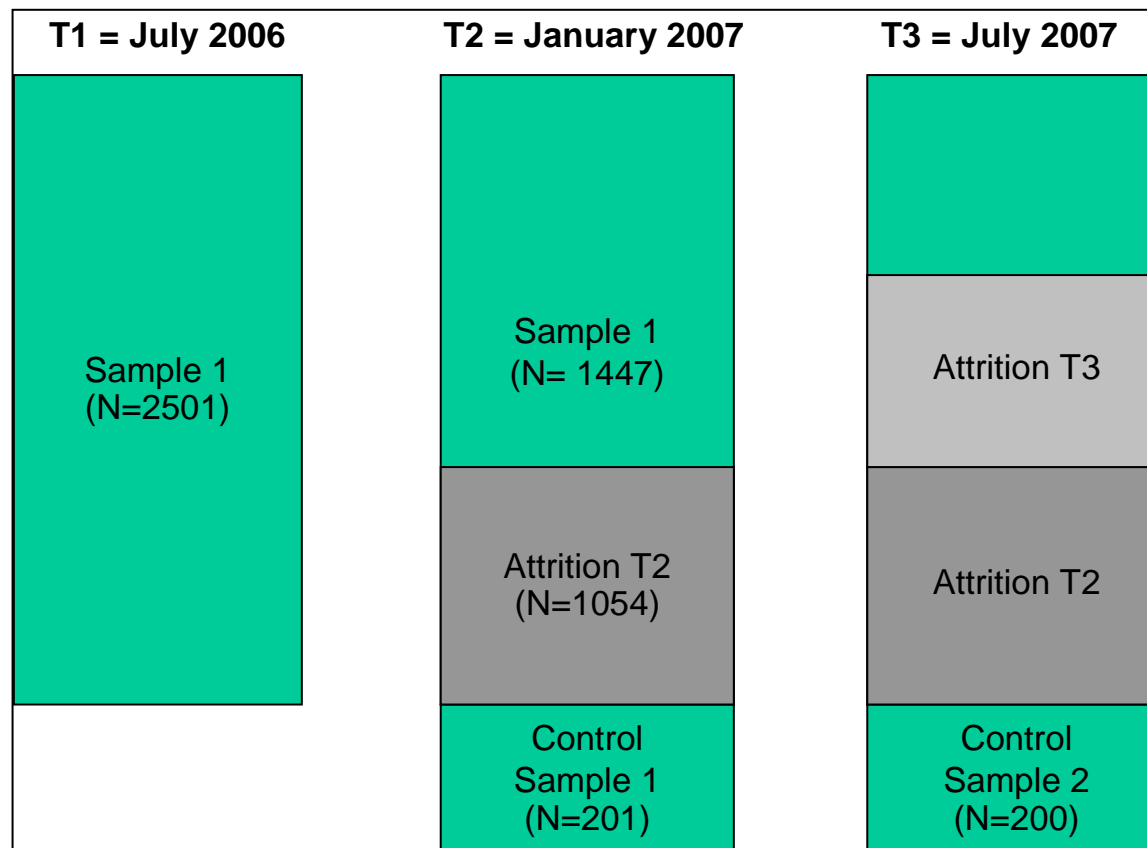


Bass' diffusion model (1969)

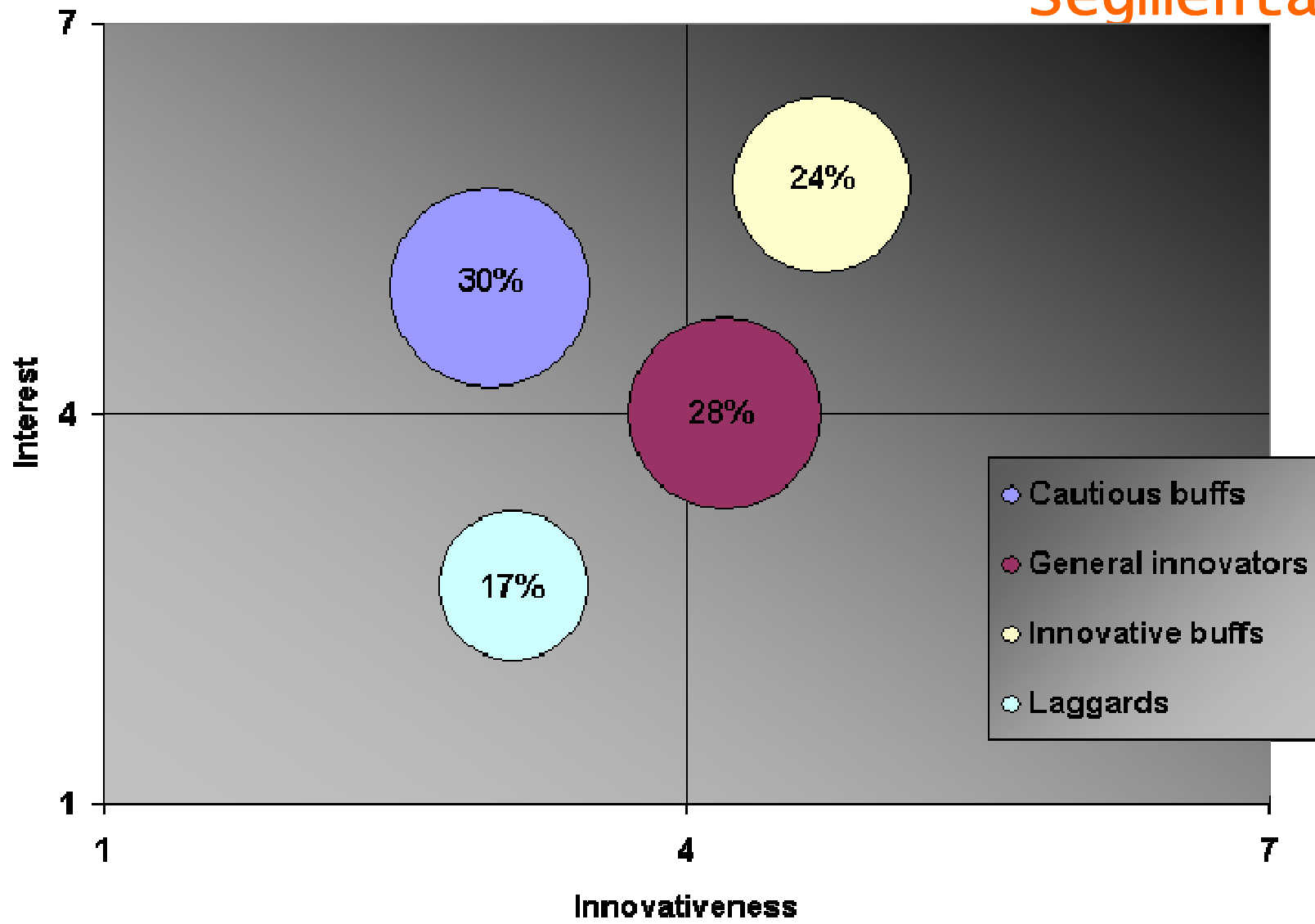
## Productspecifieke karakteristieken

- Interesse in de productcategorie
  - Ik hecht veel belang aan consumenten-elektronica
- Domeinspecifieke innovativiteit
  - Ik koop graag nieuwe consumenten-elektronica vooraleer andere mensen dat doen.

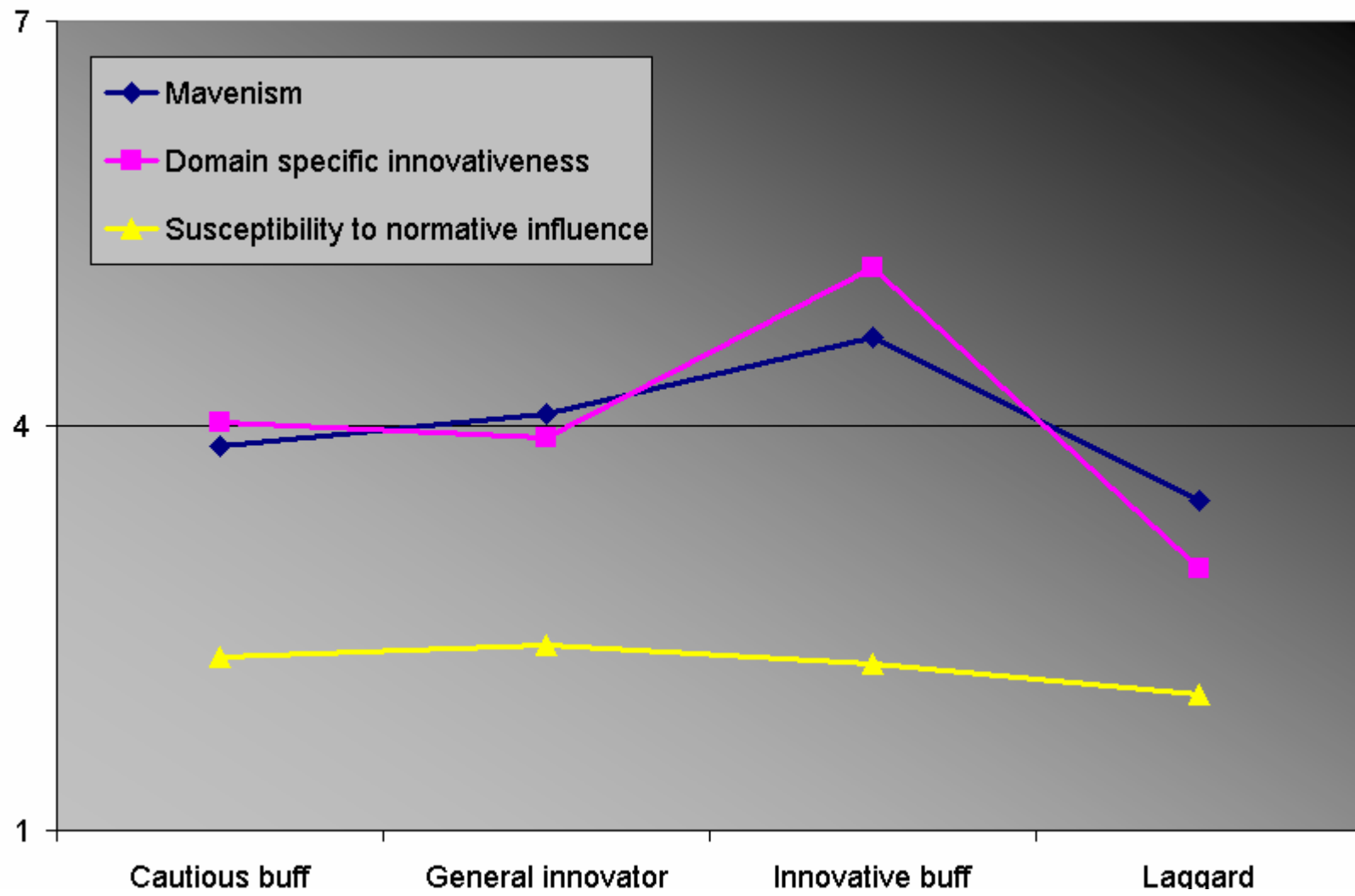
## Methodologie



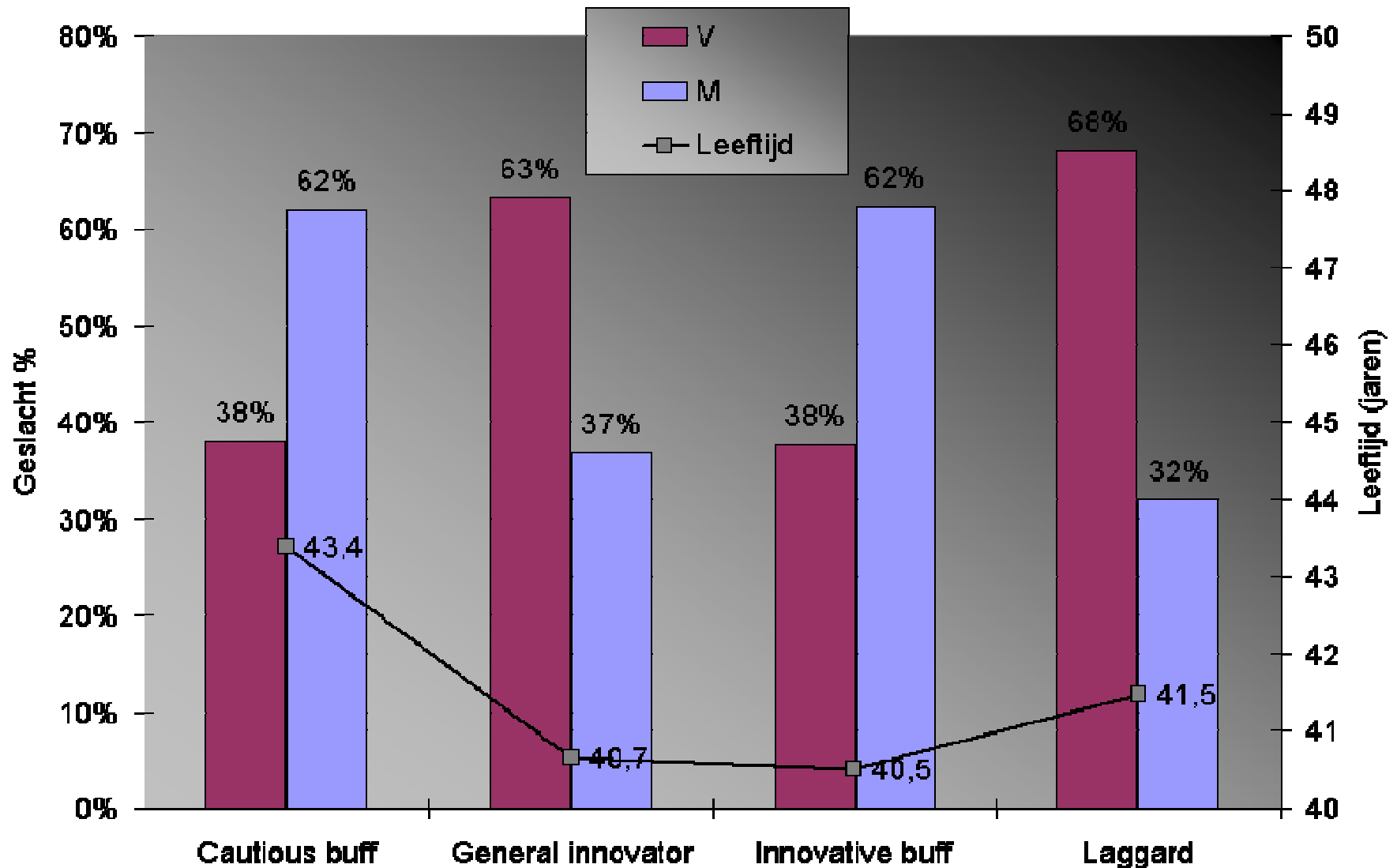
# Segmentatie



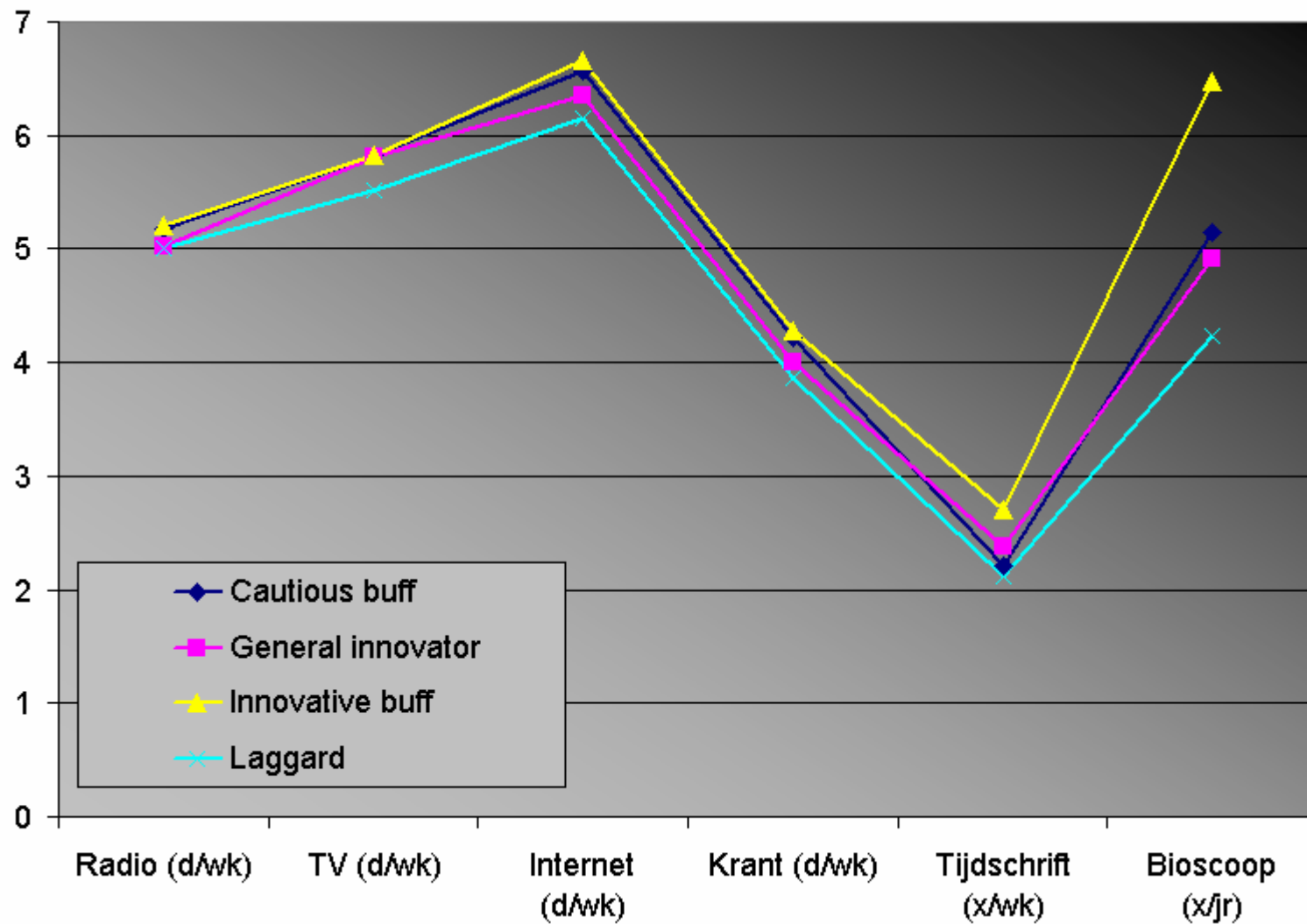
# Psychografisch profiel



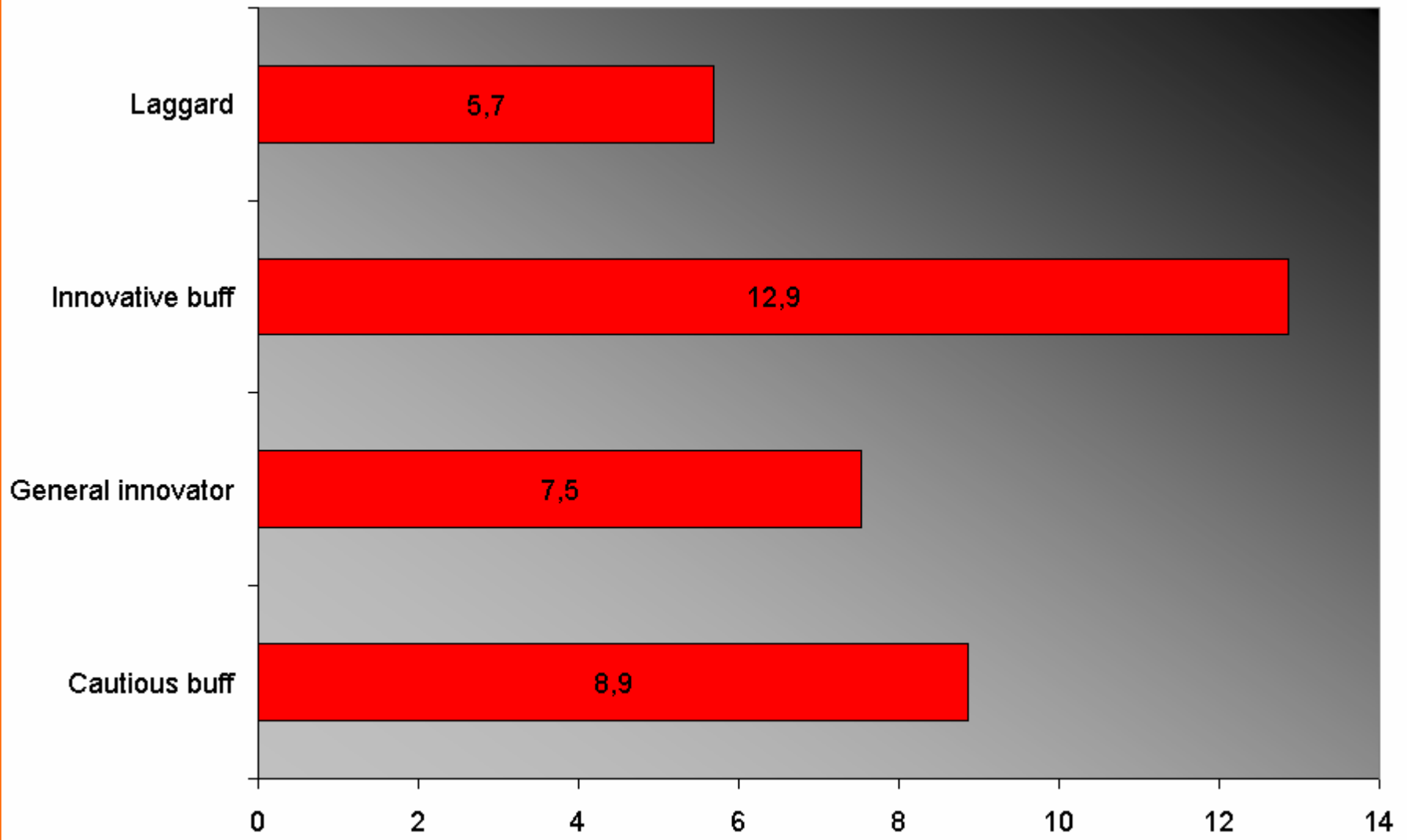
# Demografisch profiel



# Mediaprofiel

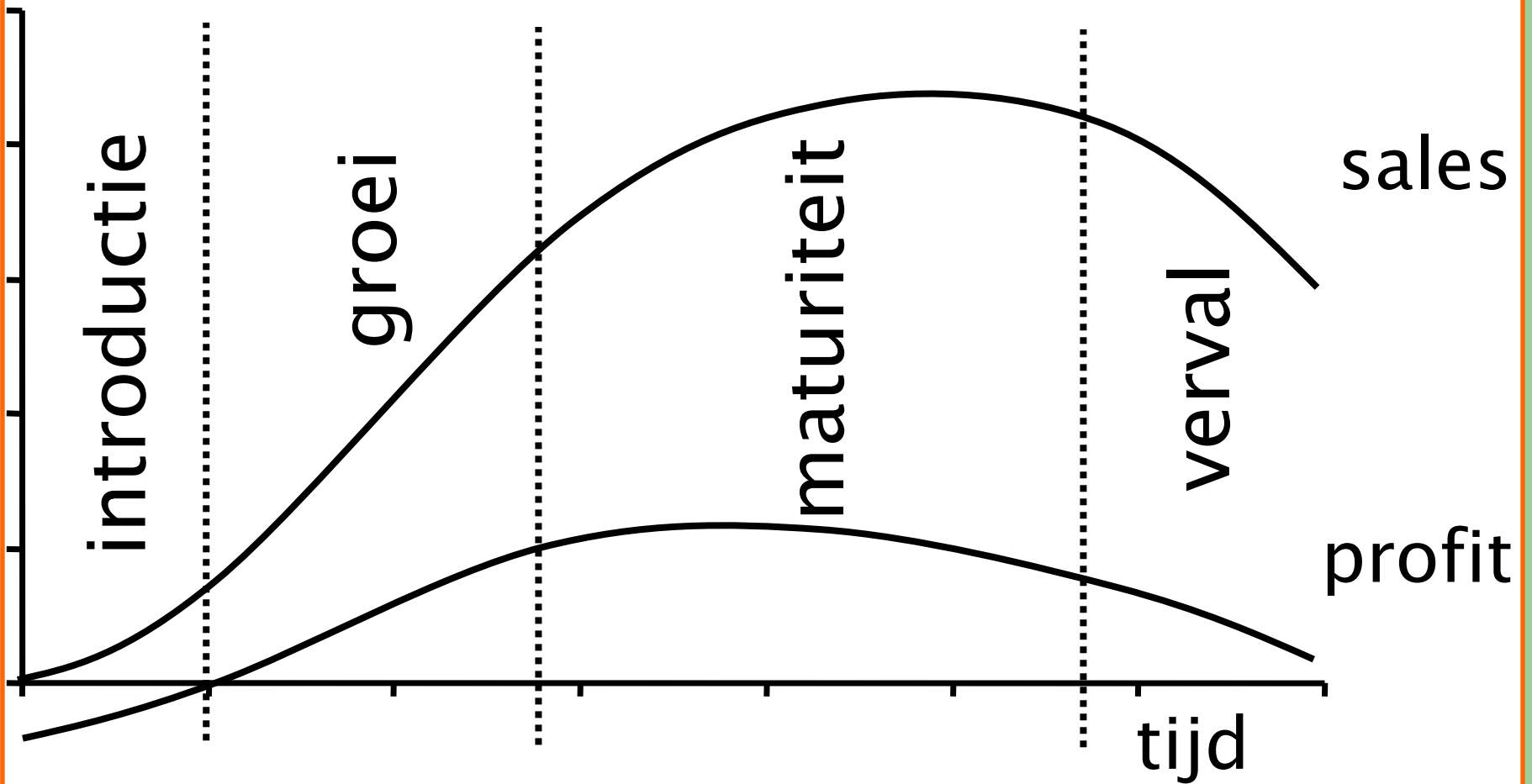


## Aantal innovatieve consumententechnologieën



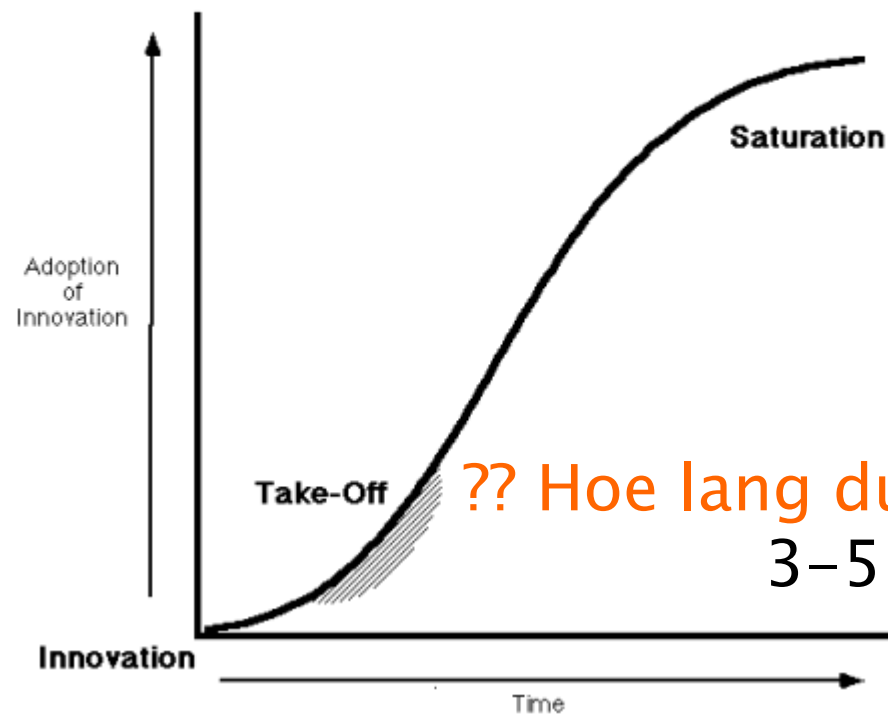
## II. Focus op het product

## De Product Levenscyclus



Take-off= tijd tussen introductie en sales  
versnelling

The Innovation Adoption Curve



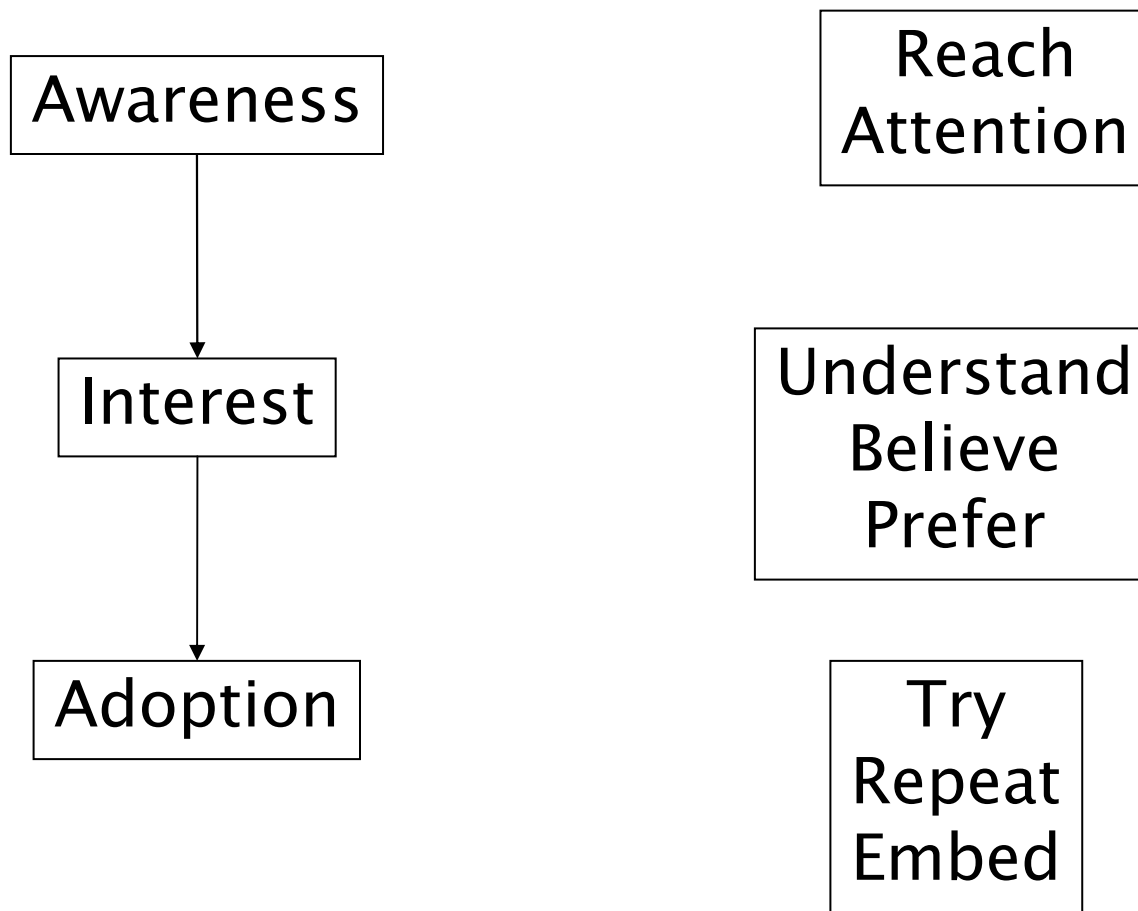
## Takeoff voorspellen

### Gemiddeld:

- Prijs aan takeoff is 63% van de introductie prijs
- Penetratie aan takeoff is 1.7%
- Takeoff gebeurt vaak aan specifieke prijspunten (100€, 500 €, ...)
- Goede economische condities kunnen takeoff triggeren

Golder & Tellis 1997 based on 16 post WWII categories, US

## De Lange weg naar adoptie



## introdunctie

- **Weinig concurrenten**
- **Weinig varieteit**
- **Hoge marketing kosten per eenheid**
- **Klanten niet geëduceerd, hoge onzekerheid**
- **Innovatoren**

## groei

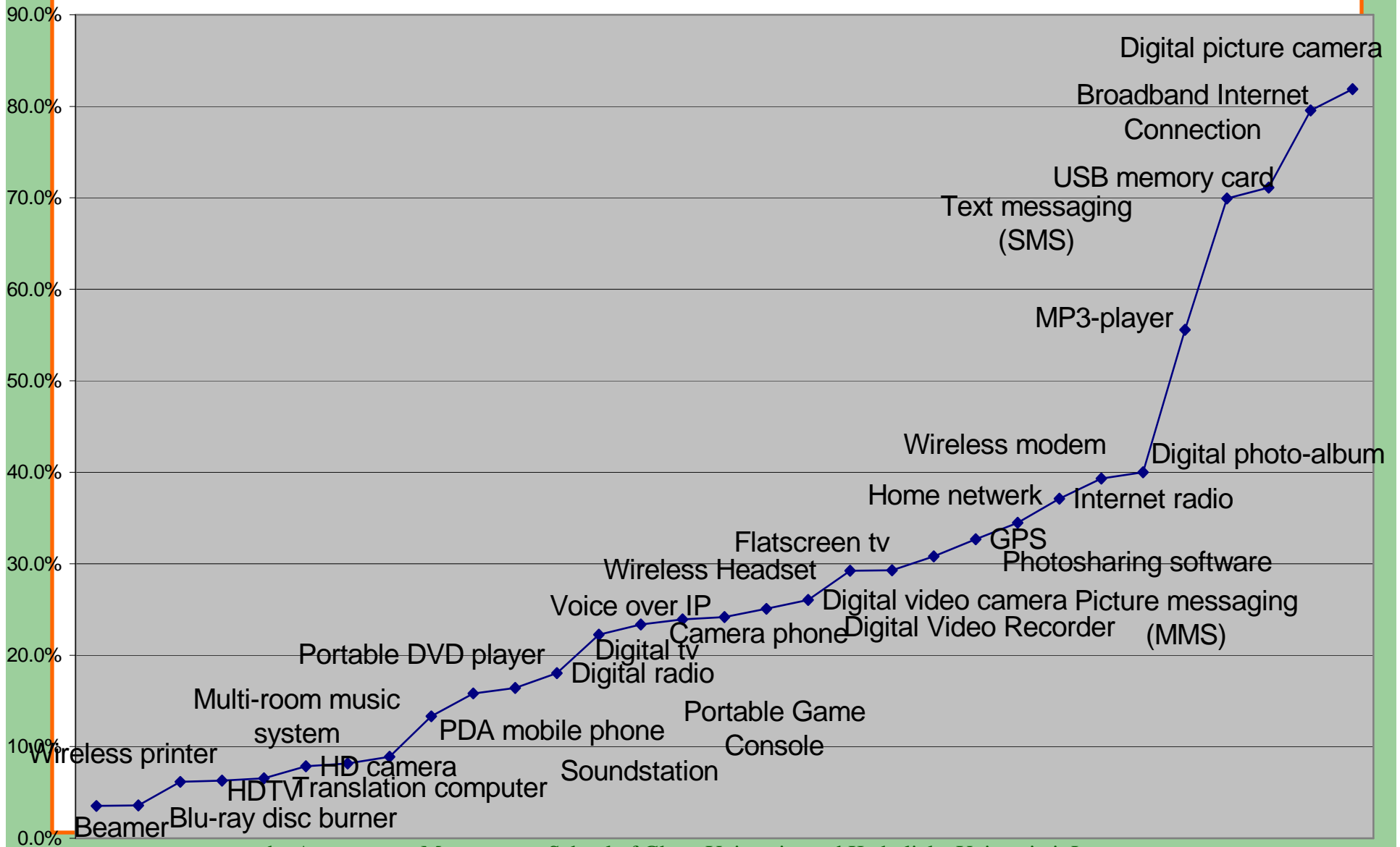
- Stijgend aantal concurrenten
- Sales kan stijgen terwijl marktaandeel zakt
- Free rider effect
- Rol van complementaire competenties
- Marketing kost daalt
- Consumenten krijgen meer kennis
- Early adopters en early majority
- Marktsegmenten verschijnen

## maturiteit

- Shakeout: Aantal concurrenten zakt
- Marktaandeel stabiliseert
- Concurrentie gebaseerd op loyaliteit klanten
- Marketing kosten per eenheid stijgen terug
  - Repositionering
  - Productlijn verbreding
- Distributie wordt selectiever
- Prijzen zakken
- Product differentiatie
- Klanten kunnen vragen naar basisproducten (commoditizing)

## verval

- Verkoop zakt
- Substitutie
- Overcapaciteit
- Marketing daalt
- Prijs concurrentie



## Welke factoren sturen adoptie?

- Relatief voordeel
- Compatibiliteit
- Complexiteit
- Probeerbaarheid
- Observeerbaarheid

## Meer observaties...

- Producten met hoogste penetratiegraad hebben duidelijke, eenvoudige propositie
- Producten met grotere tevredenheid kennen snellere groei
- Demografisch profiel equaliseert over tijd

## Welke producten overschrijden sexes?

- MP3 player
- Digital video camera
- Digital radio
- Portable DVD
- Portable game console
- DVR
- Translation computer
- Blu-ray disc burner

## welke producten overschrijden leeftijden?

- Digital picture camera
- Digital video camera
- HD camera
- Photosharing software
- Digital photo-album
- Digital tv
- Beamer
- Digital radio
- HDTV
- GPS
- Digital Video Recorder
- Home netwerk
- Multi-room music system
- Translation computer
- PDA mobile phone
- Wireless Headset
- Wireless printer