

## Kendall – Vetmat

Ο John Buckingham, product manager για την Kendall Veterinary Products, άνοιξε μια αναφορά ενώ καθόταν στο γραφείο του και άρχισε πάλι να την ξεφυλλίζει. Σε αυτή την αναφορά, που είχε δημιουργηθεί εσωτερικά από το τμήμα έρευνας αγοράς της Kendall, υπήρχαν τα πολυαναμενόμενα αποτελέσματα της μελέτης της τετράμηνης χρήσης του προτεινόμενου προϊόντος του, του Vetmat. Τα αποτελέσματα ήταν διατυπωμένα ξεκάθαρα στο τμήμα των προτάσεων της περίληψης:

1. Μην μπειτε στη μικρή αγορά τάπητα κλουβιού με το υπάρχον προϊόν.
2. Διερευνήστε τη σκοπιμότητα εισαγωγής σε αυτή την αγορά με ένα χαμηλής τιμής διαθέσιμο τάπητα κλουβιού.

Αυτές οι προτάσεις ήταν απόλυτα ξεκάθαρες και τα ευρήματα της μελέτης φαινόταν να υποστηρίζουν τη θέση. Το πρόβλημα ήταν ότι ο John δεν πίστευε τα ευρήματα. Κάτι του φαινόταν λάθος με αυτή τη μελέτη, είτε λάθος με τις βασικές υποθέσεις, είτε λάθος με τα συμπεράσματα. Δεν ήταν σίγουρος τι από τα δύο, αλλά αυτό δεν έκανε την κατάστασή του πιο εύκολη. Ήταν ήδη Μάιος του 20XX και εάν θα έβγαζε αυτό το προϊόν στην αγορά τον επόμενο Ιανουάριο, θα έπρεπε να καταθέσει μια αρχική παραγγελία αγοράς έως τα μέσα του καλοκαιριού.

Και ακόμα και αν είχε πιστέψει τα αποτελέσματα της αναφοράς, ένιωθε πως δε θα μπορούσε να προτείνει την εγκατάλειψη του project τώρα. Γνώριζε πως ένα «όχι/μην λανσάρετε» για το Vetmat θα μπορούσε να θεωρηθεί σαν καταστροφή για την κοινοπραξία ανάμεσα στην Kendall, ως βασικό διανομέα και την American Enka, τον κατασκευαστή του Vetmat. Αυτή η συμφωνία είχε πάρει μήνες να κανονιστεί και είχαν αναμειχθεί διευθυντές ανώτερου επιπέδου και στις δύο εταιρίες. Αυτοί οι διευθυντές παρακολουθούσαν το project του Vetmat προσεκτικά και η τελική συμφωνία μεταξύ των δυο εταιρειών εξαρτιόταν από την επιτυχία του.

Και για να περιπλεχθούν περισσότερο τα πράγματα, ο John χρειαζόταν τις πωλήσεις που ένιωθε σίγουρος ότι το Vetmat μπορούσε να δημιουργήσει. Ο προϋπολογισμός των 2 εκατ. \$ που σχεδίαζε για το Vetmat για το 20XX θα ήταν δύσκολο να επιτευχθεί με την τωρινή προϊοντική γραμμή και τα 80.000 \$ που σχεδίαζε για το Vetmat ήταν απαραίτητα. Ήταν πεπεισμένος ότι όντως υπήρχε μια αγορά για ένα ποιοτικό, κτηνιατρικό τάπητα κλουβιού, ακόμα και αν η μελέτη δε συμφωνούσε. Αλλά πώς θα έπειθε την ανώτατη διοίκηση να ακολουθήσει τη διαίσθηση του, απέναντι στα δεδομένα της έρευνας;

### Υπόβαθρο Εταιρίας

Η Kendall Company, μια εταιρία βιομηχανικού μάρκετινγκ/ κατασκευαστική εταιρία, είχε τα κεντρικά της στη Βοστώνη της Μασαχουσέτης. Ιδρύθηκε το 19XX ως ένας κατασκευαστής μη μάλλινων βαμβακερών προϊόντων (υλικά για πάνες) και είχε εξελιχθεί σε ένα διαφοροποιημένο πολυεθνικό οργανισμό. Οι πωλήσεις το 20XX είχαν προέλθει από πέντε τμήματα: Εξειδικευμένα Νοσοκομειακά Προϊόντα, Προϊόντα Ινών (από τα οποία ένα μέρος ήταν τα Κτηνιατρικά Προϊόντα), Καταναλωτικά Ρούχα Νηπίων, Προϊόντα Polyken (σωλήνες με μονωτικές ταινίες) και Διεθνές Τμήμα. Αν και το τμήμα Ινών ήταν η αρχική βάση της εξειδίκευσης της εταιρίας, επί του παρόντος το τμήμα

των Νοσοκομείων και το Διεθνές τμήμα αντιπροσώπευαν τη μεγαλύτερη ανάπτυξη και δυναμική και συνεπώς λάμβαναν τη μεγαλύτερη προσοχή από την ανώτατη διοίκηση..

### To Vetmat

Από την αρχή ο John έθεσε ως στρατηγική την ύπαρξη ενός περιορισμένου αριθμού εξειδικευμένων κτηνιατρικών προϊόντων που θα κέντριζαν το ενδιαφέρον τόσο των μεσαζόντων (δηλ. χονδρεμπόρων – λιανέμπορων) όσο και των κτηνιάτρων (DVMs). Με ένα σχεδόν ανύπαρκτο προϋπολογισμό R&D, συνειδητοποίησε πως δεν ήταν δυνατό η Kendall να αναπτύξει από μόνη της ένα καινοτομικό προϊόν για κτηνιάτρους. Έτσι, στις αρχές του 20X8, όταν κατευθύνθηκε από την ανώτερη διοίκηση να εξετάσει την εφαρμογή ενός νέου υλικού τάπητα κλουβιού για την αγορά DVM, επωφελήθηκε από την ευκαιρία. Το συγκεκριμένο προϊόν ήταν ένα καφέ υλικό τάπητα κλουβιού δύο στρωμάτων PVC (Εκθεμα 1). Το πάνω στρώμα είχε μια ελαφριά ύφανση για να μην επιτρέπει στα ζώα να ξεγλιστρούν και είχε τρύπες διοχέτευσης σε διαστήματα τεσσάρων ιντσών. Ενσωματωμένες σε αυτό, υπήρχαν εκατοντάδες «σπείρες». Το αποτέλεσμα ήταν ένα ελαφρύ και επαναχρησιμοποιήσιμο υλικό τάπητα που μπορούσε να πλυθεί, το οποίο επικάλυπτε κλουβιά ζώων σε κλινικές. Οι σπείρες λειτουργούσαν σαν απορρόφηση κραδασμών για τα ζώα και το υλικό PVC θεωρούνταν πιο ζεστό και άνετο.

Όταν ο John προσεγγίστηκε για πρώτη φορά για το θέμα των ταπήτων κλουβιών, η άμεση απάντησή του ήταν:

*Η ανάγκη είναι ξεκάθαρα εκεί. Οι περισσότεροι κτηνίατροι σήμερα χρησιμοποιούν εφημερίδες επειδή είναι φθηνές (3 \$ ανά 100 λίβρες) και δεν υπάρχει τίποτα άλλο. Οι μόνοι τάπητες κλουβιών στην αγορά είναι ο τάπητας Snyder. Είναι ένα απαίσιο πράσινο προϊόν βινυλίου που αναπτύχθηκε από έναν μικρό κατασκευαστή κλουβιών σαν ένα πρόσθετο προϊόν. Επίσης, είναι ακριβό, νομίζω 75 \$ για ένα κλουβί. Οι διανομείς αγοράζουν μέσω της SGM Ltd. (η Snyder ήταν από τους παλαιότερους πελάτες της SGM) και το κόβουν σε ό,τι μέγεθος θέλει ο DVM.*

Ο John ήταν πεπεισμένος ότι η αυξανόμενη εξειδίκευση στην κτηνιατρική αγορά θα αύξανε τη ζήτηση για αυτό τον τύπο προϊόντος:

*Οι DVM's ξοδεύουν χιλιάδες δολάρια σε διαγνωστικό εξοπλισμό για τις κλινικές ζώων τους. Ακόμη και τα κλουβιά που αγοράζουν κοστίζουν εκατοντάδες ανά κομμάτι. Γιατί δεν θα είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν ένα λογικό ποσό σε ένα τάπητα κλουβιού εάν συνεισφέρει σε μια ταχύτερη ανάρρωση των ασθενών τους;*

Το αποτέλεσμα ήταν ότι το Μάρτιο του 20X8, ο John ζήτησε από το τμήμα έρευνας της Kendall να ξεκινήσει να μελετά τη δυνητική ζήτηση για έναν μικρό τάπητα κλουβιού της Kendall. Το αληθινό του ενδιαφέρον επικεντρωνόταν στην τοποθέτηση (positioning) του προϊόντος του ενάντια στον τάπητα Snyder και σε «οτιδήποτε άλλο χρησιμοποιείται επί του παρόντος» και ειδικά στο να μαθευτεί πώς να «αναφέρεται το προϊόν σε προωθήσεις και σε διαφήμιση». Το τμήμα έρευνας αγοράς αποκρίθηκε καταθέτοντας μια πρόταση για το μοντέλο ζήτησης (Εκθεμα 2).

Μέσα από την πρόταση, δεν απαντιόντουσαν τα θέματα που ο John έβλεπε ως σημαντικά. Σκεφτόμενος, ο John είπε:

*Σε αυτό το στάδιο υποθέτω ότι δεν πίστευα ποτέ πως δεν θα πουλήσουμε αυτό το προϊόν. Πρωτότυπα του Vetmat ήταν ήδη στην παραγωγή. Δε χρειαζόμουν πληροφορίες για μια απόφαση «λάνσαρε/ μην λανσάρεις», ήθελα να γνωρίζω πόσα θα πουλήσω στην αρχή και πώς θα έπρεπε να το εμπορεύομαι/πουλήσω! Και χρειαζόμουν την πληροφορία σύντομα. Αν και το Vetmat δεν ήταν ο βασικός παράγοντας στη συμφωνία Kendall–American Enka, η προσοχή της ανώτερης διοίκησης ήταν στραμμένη στο προϊόν μου. Με αυτή την κατάσταση έπρεπε να βγάλω το Vetmat στην αγορά το συντομότερο δυνατό.*

### Πρόταση Δοκιμής Χρήσης

Το Μάιο, το τμήμα έρευνας μάρκετινγκ επέστρεψε με μια 2<sup>η</sup> πρόταση, αυτή τη φορά για μια δοκιμή χρήσης του Vetmat στην κτηνιατρική αγορά. Αποσπάσματα από αυτή την πρόταση ήταν:

Υπόβαθρο: Αυτή τη φορά, η διοίκηση νιώθει πως η άμεση είσοδος αυτού του προϊόντος θα ήταν στην κτηνιατρική αγορά σαν ένας τάπητας κλουβιού για μικρά ζώα. Ζητήθηκε από την έρευνα αγοράς να δώσει πληροφορίες πάνω σε αντιλήψεις κτηνιάτρων για αυτό το προϊόν.

Σκοπός: Να αποτυπωθεί η γνώμη των κτηνιάτρων για το Vetmat μετά από τη χρήση. Θα μελετηθούν αντιλαμβανόμενα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του Vetmat σε σύγκριση με προϊόντα που χρησιμοποιούνται επί του παρόντος. Θα αποκτηθεί ακόμη πληροφόρηση πάνω στο μέσο αριθμό των κλουβιών ανά κτηνίατρο και στον αριθμό κλουβιών που χρησιμοποιούν τάπητα.

Μεθοδολογία: Ένα εθνικό τυχαίο δείγμα 100 κτηνιάτρων με αποκλειστική πρακτική μικρών ζώων θα συμμετάσχει σε αυτήν την έρευνα (τεστ χρήσης – market test). Προκαταρκτική πληροφόρηση θα αποκτηθεί από τους κτηνιάτρους και Vetmat μήκους 4 ποδιών θα τοποθετηθούν σε κάθε έναν DVM. Μετά από 2 εβδομάδες, οι κτηνίατροι θα κληθούν να καταθέσουν τις αρχικές τους εντυπώσεις για το Vetmat. Μια ακόμη κλήση θα γίνει μετά από 4 επιπλέον εβδομάδες για να αποκτηθούν επιπλέον εντυπώσεις.

Περιορισμοί: Αυτό το τεστ χρήσης έχει σχεδιαστεί αρχικά για να καθορίσει την απόδοση του Vetmat, όπως εκλαμβάνεται από τους κτηνιάτρους. Αν και ερωτήσεις σχετικά με την τιμή θα περιληφθούν στη δημοσκόπηση, ένα market test θα είναι απαραίτητο για να καθοριστεί η επίδραση της τιμής στο πλήθος ταπήτων που αγοράστηκαν.

Κριτήρια Απόφασης: το Vetmat πρέπει να αξιολογηθεί ως «πολύ καλό» από τουλάχιστον το 75% των συμμετεχόντων ως προς τη συνολική του απόδοση και ως προς τουλάχιστον 2 από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: βελτιωμένη μόνωση, απορρόφηση κραδασμών, βελτίωση συστήματος διοχέτευσης αποβλήτων, βελτίωση της καθαριότητας του ζώου για να μπορεί να λανσαριστεί στην αγορά.

Κόστος: Τα συνολικά κόστη στην έρευνας ανέρχεται στα 9.000 \$.

Ο John αποδέχθηκε αυτή την πρόταση, αν και είχε ακόμα επιφυλάξεις για το ρόλο που θα έπαιζε αυτή η έρευνα στην τελική εισαγωγή του προϊόντος. Αν και ο χρόνος ήταν σημαντικός, η

μελέτη θα έπρεπε να καθυστερήσει μέχρι τον Οκτώβριο όταν ένας επαρκής αριθμός δειγμάτων του Vetmat θα ήταν διαθέσιμα. Ένα χρονοδιάγραμμα συμφωνήθηκε.

Το Σεπτέμβριο, όταν ο πρόεδρος της Kendall ζήτησε μια ενημέρωση για το project ενημερώθηκε με ένα υπόμνημα ως εξής:

*Το Vetmat θα είναι το πρώτο (από τα πολλά) προϊόντα που θα βγουν στην αγορά, με μια ημερομηνία στόχο το δεύτερο τρίμηνο του 20XX. Νέα δείγματα μεταφέρονται σε εμάς για μια μελέτη έρευνας αγοράς που θα ξεκινήσει τον Οκτώβριο, με προκαταρκτικά αποτελέσματα το Νοέμβριο και ημερομηνία ολοκλήρωσης τον Ιανουάριο. Αυτή η μελέτη θα περιλαμβάνει ένα δείγμα 100 κτηνιάτρων και σχεδιάζεται για να μας βοηθήσει να τοποθετήσουμε το προϊόν στην αγορά. Θα επιδιώξουμε να επιβεβαιώσουμε πλεονεκτήματα όπως: απορρόφηση κραδασμών, καθαριότητα, μόνωση και ευκολία καθαρισμού. Θα επιδιώξουμε να μετρήσουμε ευαισθησία ως προς την τιμή. Υπάρχουν περίπου 7.000 κλινικές μικρών ζώων με ένα μέσο όρο 15 κλουβιών ανά κλινική. (Με βάση τις προτεινόμενες τιμές που έδωσε η American Enka) το Vetmat θα πουλήσει στους κτηνιάτρους για 5 \$ ανά γραμμικό πόδι. Εάν μπορούσαμε να πουλήσουμε στο 10% από τις κλινικές 4 πόδια στην κάθε μια, θα είχαμε μια αγορά μεταξύ 210.000 \$ και 315.000 \$.*

Αυτή η πρόβλεψη ήταν πολύ πάνω από την ελάχιστη πρόβλεψη 50.000 \$ του πρώτου έτους που απαιτούνταν για ένα νέο κτηνιατρικό προϊόν για να λανσαριστεί στην αγορά και η ανώτερη διοίκηση ήταν ικανοποιημένη που το project ήταν εντός στόχου.

#### Αποτελέσματα Ελέγχου Χρήσης

Η έρευνα αγοράς υπέβαλε την αναφορά του Vetmat στον John στις 15 Απριλίου 20X9. Ο Napoleon Elortegui, ο συντάκτης της αναφοράς, σχολίασε σε ένα συνάδελφο ερευνητή αγοράς:

*Ξέρεις, ο John πραγματικά θέλει αυτό το προϊόν και δε θα του αρέσουν αυτά τα αποτελέσματα. Και, αν και γνωρίζω πως αυτά τα ευρήματα είναι σωστά, στοιχηματίζω πως θα πάω κάτω στο γραφείο του με αυτή την αναφορά και θα με πείσει πως αυτός έχει δίκιο και εγώ άδικο - και θα έχει δίκιο! Το προϊόν θα πουλήσει πάρα πολύ!*

Στην αρχή της αναφοράς, είχαν διατυπωθεί οι στόχοι της μελέτης:

1. Απόκτηση πληροφοριών για τους τάπητες κλουβιών σε μικρά κλουβιά ζώων.
2. Καθορισμός των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του Vetmat σαν τάπητας κλουβιού μικρών ζώων.
3. Προσδιορισμός της πιθανότητας και ποσότητας αγοράς από κτηνιάτρους μικρών ζώων.

Η μεθοδολογία ακολούθησε την πρόταση αρχικής χρήσης (Εκθεμα 3), αν και μόνο 72 DVM's συμφώνησαν να συμμετέχουν στον έλεγχο χρήσης, 64 έλαβαν την πρώτη κλήση follow-up και 59 τη δεύτερη. Αν και αυτοί οι αριθμοί ήταν μικρότεροι από ότι σχεδιαζόταν αρχικά, τα δημογραφικά των ερωτώμενων αντικατόπτριζαν τα εθνικά στατιστικά δεδομένα και θεωρούνταν κατάλληλα για αποτελέσματα με νόημα. Τα κριτήρια απόφασης παρέμειναν τα ίδια και η έλλειψη πληροφοριών για ελαστικότητα ως προς την τιμή καταγραφόταν ακόμη ως περιορισμός. Η Διοικητική Περίληψη περιείχε την αίσθηση των αποτελεσμάτων της μελέτης:

## ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΠΕΡΙΛΗΨΗ

1. 92% των κτηνιάτρων χρησιμοποιούν εφημερίδες ως τάπητα κλουβιού.
2. Απορρόφηση ούρων, απορρόφηση κραδασμών/ άνεση, καθαριότητα κλουβιού και απλοποίηση του καθαρισμού του κλουβιού είναι οι λόγοι που οι κτηνίατροι χρησιμοποιούν τάπητες.
3. Απορρόφηση κραδασμών/ άνεση και θερμική μόνωση είναι τα περισσότερο προτιμώμενα χαρακτηριστικά του Vetmat.
4. Δυσκολία καθαρισμού, παγίδευση περιττωμάτων από τις σπείρες και το να μασούν τα ζώα τον τάπητα είναι τα λιγότερο επιθυμητά χαρακτηριστικά του Vetmat.
5. Οι κτηνίατροι δεν εκλαμβάνουν το Vetmat ως ένα τάπητα κλουβιού οικοτροφίας.
6. Στο εύρος τιμών του Vetmat, μια μείωση τιμής δεν παράγει επαρκή επιπρόσθετη ζήτηση για να δικαιολογηθεί η απώλεια στο περιθώριο κέρδους.
7. Η δυνητική αγορά για το Vetmat είναι πολύ μικρή (περίπου 17.000 \$ ανά έτος) (βλ. Έκθεμα 4).

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

1. Ο καθαρισμός του τάπητα και το να μασούν τα ζώα τον τάπητα είναι κύρια προβλήματα που θέλουν βελτίωση.
2. Δεν υπήρχε πολύς ενθουσιασμός από τους κτηνιάτρους για το Vetmat. Αυτός ο ενθουσιασμός θα ήταν απαραίτητος για να αναμένεται αξιοσημείωτος όγκος πωλήσεων, για ένα προϊόν υπερτίμησης που πωλείται μέσω διανομών (δηλαδή με λίγη ή καθόλου προώθηση).
3. Ο δυνητικός ετήσιος όγκος πωλήσεων για το Vetmat κάτω από τη σημερινή του μορφή είναι μικρός. Ακόμη και εάν επιλυθούν τα προβλήματα καθαρισμού και μασήματος, είναι πιθανό πως ο όγκος θα συνεχίσει να είναι μικρός. Οι βασικοί περιορισμοί για έναν ευμεγέθη όγκο δολαρίων είναι η υψηλή τιμή του Vetmat και η μεγάλη έκταση του κύκλου ζωής. Το πρώτο το κρατάει από την αγορά τάπητα κλουβιού οικοτροφίας, το άλλο μειώνει σημαντικά το βαθμό επαναγοράς.

## ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

1. Μην μπείτε στη μικρή αγορά τάπητα κλουβιού με το υπάρχον προϊόν.
2. Διερευνήστε τις σκοπιμότητες εισαγωγής σε αυτή την αγορά με ένα χαμηλής τιμής τάπητα κλουβιού για πέταμα. (Περισσότερες πληροφορίες για αυτή τη μελέτη στο Έκθεμα 5).

## Η Αντίδραση της Διοίκησης Προϊόντος

Ο Elortegui είχε δίκιο. Αυτά δεν ήταν τα αποτελέσματα που ο John προέβλεπε ή επιθυμούσε. Αν και το Vetmat ήταν μόνο ένα μικρό μέρος από τη μεγαλύτερη συμφωνία ανάμεσα στην Kendall και την American Enka, ήταν επί του παρόντος το πιο ορατό κομμάτι αυτής της κοινοπραξίας και η πρόδοός του επιτηρούνταν προσεκτικά και από τις δύο ομάδες στελεχών. Όταν ο John έφερε την αναφορά στη Linda, διευθύντρια μάρκετινγκ, συνέβη ο ακόλουθος διάλογος:

**John:** Απλώς δεν μου αρέσει αυτή η μελέτη Linda. Δεν έχει δομηθεί κατάλληλα για ένα έλεγχο νέας ιδέας, αλλά οι προτάσεις υποδεικνύουν ότι αυτό είναι ό,τι σκόπευε να είναι. Μου φαίνεται πως ρωτώντας εξ αρχής ποιος είναι ο τωρινός τάπητά τους και συγκρίνοντάς τον με τον δικό μας, βασικά συγκρίνοντας το Vetmat με μια εφημερίδα, αυτό δημιουργεί μια τεράστια μεροληψία στον DVM. Και αυτή η μεροληψία ακυρώνει τα αποτελέσματα για εμένα.

**Linda:** Ναι, συμφωνώ, αλλά δεν είναι πάντα αυτό το ρίσκο στη συγκριτική έρευνα αγοράς;

**John:** Αλλά αυτό είναι το νόημα. Δεν νομίζω πως θα έπρεπε αυτό να είναι μια συγκριτική μελέτη προϊόντος. Η ουσιαστική φύση αυτού του προϊόντος είναι μοναδική. Το 90% των γιατρών είπαν ότι η καθαριότητα του ζώου ήταν απαραίτητη για αυτούς για έναν τάπητα κλουβιού – και δεν μπορούν να το πάρουν αυτό με μια εφημερίδα. Αλλά το τεστ τους έβαλε να το συγκρίνουν με μια εφημερίδα! Απλώς περιέπλεξε τα πράγματα.

**Linda:** Τι θα γίνει όμως με τη δυναμική της αγοράς; Ακόμα και εάν η συγκριτική άποψη περιόρισε κάποιον ενθουσιασμό των DVM's, αυτή η εκτίμηση της ζήτησης δεν θα «πάρει το πράσινο φως» από την ανώτατη διοίκηση.

**John:** Έχω τη δική μου άποψη για τη δυναμική της αγοράς. Εάν πάρεις την πελατεία των 9.000 επί 2 κελιά ανάρρωσης ο κάθε ένας, αυτό ισοδυναμεί με 18.000 δυνητικά κελιά. Εάν παίρναμε μόνο 20% αυτής της αγοράς, θα ισοδυναμούσε με 3.600 x 22 \$ ανά τάπητα για την Kendall, ή 80.000 \$ στο πρώτο έτος. Και αναμένω ότι επίσης θα μεγαλώνει κάθε χρόνο σαν μια αγορά αντικατάστασης. Βλέπεις, η αγορά πραγματικά υπάρχει. Ήδη έχουμε κάνει την περισσότερη επένδυση. Εξάλλου, τι επιλογή έχουμε;

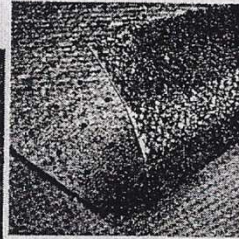
**Linda:** Δεν ξέρω John. Οι αριθμοί σου μου φαίνονται πολύ ασταθείς. Και το γεγονός ότι επί του παρόντος η SGM πουλά τον τάπητα Snyder κάνει τα πράγματα μπερδεμένα. Αλλά συμφωνώ μαζί σου, αυτή η έρευνα αγοράς δεν απαντά αυτό που επιδιώκαμε. Φαίνεται πως όποτε ζητάς από τους ανθρώπους της έρευνας αγοράς να σε βοηθήσουν να τοποθετήσεις ένα νέο προϊόν, πάντα αισθάνονται ότι πρέπει να αρχίσουν δικαιολογώντας την εισαγωγή του προϊόντος. Παλαιότερα πίστευα στην έρευνα αγοράς σαν ένα καθαρό εργαλείο. Αλλά ο σχεδιασμός του οργάνου κρύβει δυσκολίες...

**John:** Αυτό όμως δεν λέει τι πρέπει να κάνουμε. Απλώς το αγνοούμε, το ελέγχουμε πάλι για να λάβουμε καλύτερες πληροφορίες, ή απλά χρησιμοποιούμε αυτά που έχουμε; Χρειάζομαι αυτό το προϊόν, Linda, και είμαι σίγουρος ότι έχουμε ένα καλό προϊόν εδώ.

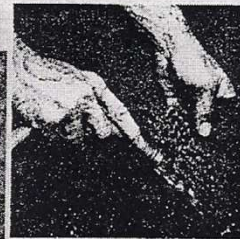
# ANNOUNCING **VetMat™** VETERINARY CAGE MATTING



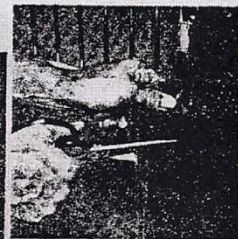
Cushions and Comforts



Hygienic



Easy to Clean



Easy to Install



- Provides the patient with a comfortable environment. The soft, durable texture cushions and provides warm bedding for the animal.
- A hygienic way to house your patients. Its unique construction permits urine drainage which helps keep the cage and animal clean and dry. This means less chance of irritation and possible infection.



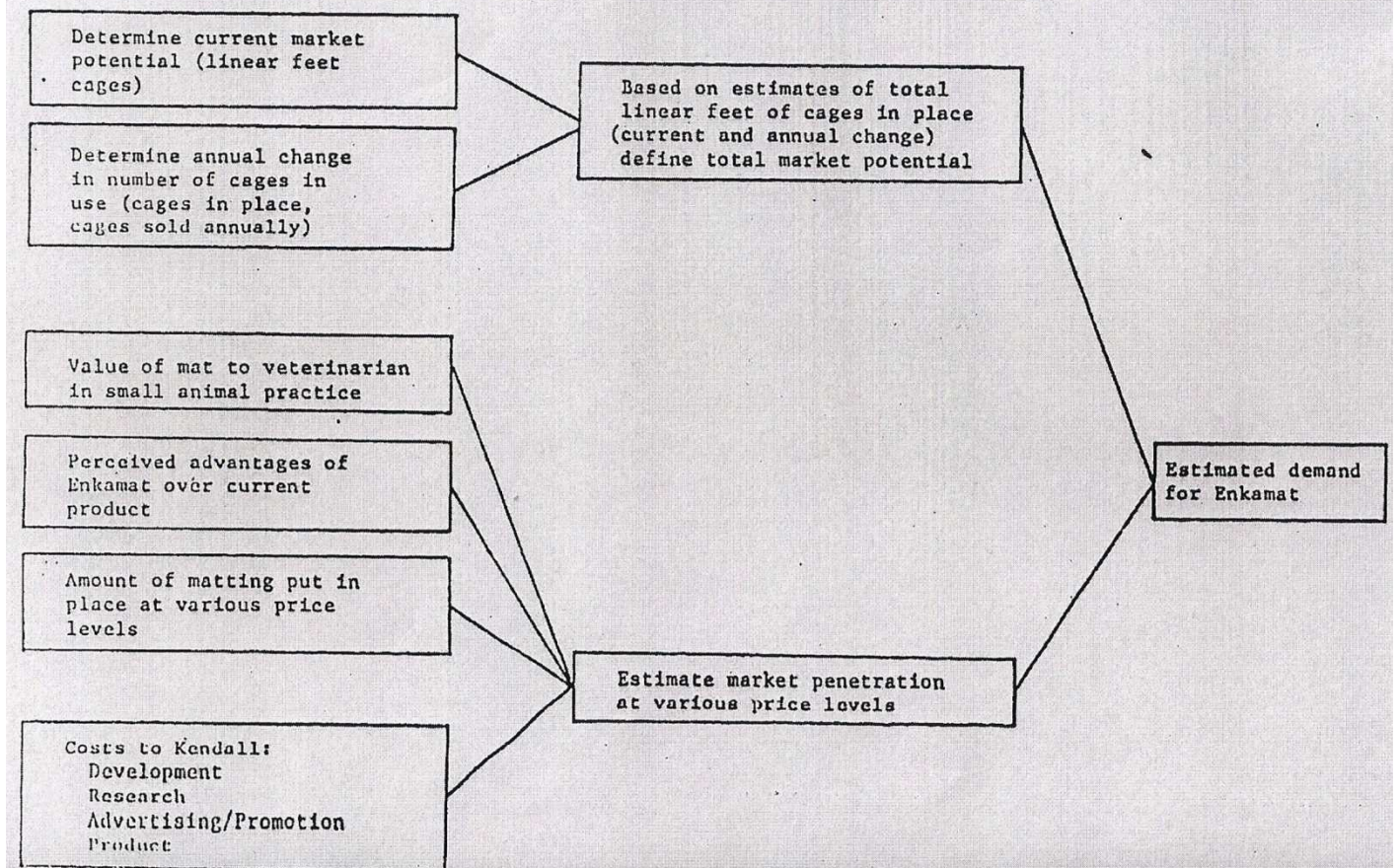
- Reusable and easy to clean. The tough vinyl material is non-absorbent and can be hosed with water and/or a disinfectant solution.
- Easy to use. Available in two convenient sizes: 26 inches by 4 feet and 26 inches by 12 feet. It can be cut easily and fitted to your particular cage needs.

The Kendall Company ■ Veterinary Products ■ Boston, MA 02101

## Έκθεμα 2

### DEMAND MODEL

#### ENKAMAT K - VETERINARY MARKET



2

## Έκθεμα 3

### Αποσπάσματα από τη μελέτη

#### Στόχοι

1. Καθορισμός των μορφών ταπήτων κλουβιών που χρησιμοποιούνται επί του παρόντος.
2. Πλεονεκτήματα των ταπήτων κλουβιών που χρησιμοποιούνται επί του παρόντος.
3. Σημεία αντιπάθειας των τωρινών ταπήτων κλουβιών.
4. Σύγκριση του Vetmat με τους τωρινούς τάπητες κλουβιών.
5. Προσδιορισμός των καλών χαρακτηριστικών του Vetmat ως τάπητα κλουβιού για μικρά ζώα.
6. Προσδιορισμός των μειονεκτημάτων του Vetmat ως τάπητα κλουβιού για μικρά ζώα.
7. Καθιέρωση της ευαισθησίας της ζήτησης ως προς την τιμή για το Vetmat (μετά από τη δοκιμή).
8. Καθορισμός του κατά πόσον οι κτηνίατροι αντιλαμβάνονται το Vetmat ως έναν τάπητα οικοτροφίας, ή ως ένα μετεγχειρητικό τάπητα.
9. Καθορισμός του μέσου αριθμού των κλουβιών σε μικρές κτηνιατρικές πρακτικές.



## Μεθοδολογία και Δείγμα

Το δείγμα των κτηνιάτρων που επιλέχθηκαν για αυτή τη μελέτη επιλέχθηκαν τυχαία από όλους τους κτηνιάτρους μικρών ζώων της χώρας. Η γεωγραφική κατανομή του δείγματος είναι αναλογική με την κατανομή του πληθυσμού κτηνιάτρων μικρών ζώων στις Ηνωμένες Πολιτείες (βλ. Έκθεμα 11 για λεπτομέρειες). Το αρχικό μέγεθος δείγματος είχε προταθεί σε 100 κτηνιάτρους για να αποκτηθεί ένα περιθώριο σφάλματος μικρότερο από +/- 10%. Το δείγμα μειώθηκε στη συνέχεια σε 72 ερωτώμενους εξαιτίας της έλλειψης δειγμάτων Vetmat. Μετά από την τριβή τριών σετ συνεντεύξεων, το δείγμα μειώθηκε σε 59 ερωτώμενους, για ένα περιθώριο σφάλματος +/- 13%.

Η μελέτη διεξήχθη σε 3 φάσεις. Κατά την πρώτη φάση έγινε επαφή με 72 κτηνιάτρους μέσω τηλεφώνου. Ερωτήθηκαν κάποιες γενικές ερωτήσεις σχετικά με την πρακτική τους, τα κλουβιά και τους τάπητες κλουβιών. Κατά τη διάρκεια αυτής της φάσης ερωτήθηκαν κατά πόσο επιθυμούν να συμμετάσχουν στη δοκιμή ενός νέου προϊόντος. Σε αυτούς που συμφώνησαν να συμμετάσχουν εστάλη ένα κομμάτι Vetmat.

Κατά τη δεύτερη φάση ελήφθη συνέντευξη από 64 κτηνιάτρους της φάσης ένα. Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν μέσω τηλεφώνου. Τρεις εβδομάδες είχαν παρέλθει από τη στιγμή που οι κτηνίατροι είχαν λάβει τον τάπητα Vetmat και διεξήχθησαν οι συνεντεύξεις. Κατά τη διάρκεια αυτής της δεύτερης φάσης συγκεντρώθηκαν πληροφορίες πάνω: στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του δείγματος τάπητα, στη σύγκριση με τους τάπητες που χρησιμοποιούνται επί του παρόντος, στην ελαστικότητα της τιμής του δείγματος Vetmat και στην πρόθεση αγοράς. Αυτές οι πληροφορίες συλλέχθηκαν και αναλύθηκαν για να αναζητηθούν περιοχές στις οποίες θα έπρεπε να εστιάσουν οι συνεντεύξεις κατά την τρίτη φάση.

Η τρίτη και τελευταία φάση της μελέτης εστιάστηκε στις προβληματικές περιοχές του Vetmat και σε κάποιες άλλες περιοχές όπως ευαισθησία ως προς την τιμή. Η τρίτη φάση διεξήχθη ένα μήνα μετά από τη δεύτερη φάση. Πριν από την τρίτη φάση, οδηγίες καθαρισμού στάλθηκαν σε αυτούς που έδωσαν συνέντευξη κατά τη δεύτερη φάση (ο καθαρισμός του τάπητα ήταν ένα από τα προβλήματα που εντοπίστηκαν κατά τη δεύτερη φάση). 59 κτηνίατροι από τη δεύτερη φάση έδωσαν συνέντευξη κατά τη διάρκεια αυτής της φάσης.

## F. Κριτήρια Απόφασης

Το Vetmat πρέπει να αξιολογηθεί υψηλά (πολύ καλό) από τουλάχιστον το 75% των συμμετεχόντων ως προς τη συνολική του απόδοση και ως προς τουλάχιστον 2 από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: Βελτιωμένη Μόνωση, Απορρόφηση Κραδασμών, Βελτιωμένο σύστημα αποχέτευσης αποβλήτων, Βελτιωμένη καθαριότητα του ζώου.

## G. Περιορισμοί

Εξαιτίας του τελικού μεγέθους του δείγματος (62 κτηνίατροι), υπάρχει ένα εύρος σφάλματος περίπου +/- 13% (για μια δειγματική ανοχή 95%). Η πληροφόρηση που αφορά την ελαστικότητα ως προς την τιμή για το δείγμα του τάπητα Vetmat δεν θα πρέπει να θεωρείται αξιόπιστη, καθώς δεν ελέγχθηκε κάτω από μια πραγματική περίπτωση αγοράς.

## Περίληψη Ευρημάτων

### A. Κύρια Ευρήματα:

#### Οι εφημερίδες είναι η πιο συνηθισμένη μορφή τάπητα κλουβιού

Το 92% των κτηνιάτρων χρησιμοποιούσαν εφημερίδες ως τάπητα. Οι λόγοι για τους οποίους χρησιμοποιούν εφημερίδες ήταν: απορρόφηση ούρων, διατήρηση της καθαριότητας του κλουβιού και χαμηλό κόστος.

Απορρόφηση ούρων, απορρόφηση κραδασμών/ άνεση και καθαριότητα του κλουβιού είναι οι κύριοι λόγοι για τους οποίους οι κτηνίατροι χρησιμοποιούν τάπητα κλουβιού.

<u>Reasons for Using Cage Mat</u>	<u>%</u>
Provide absorption of urine	34%
Provide cushioning/comfort	29
Cleanliness of cage	23
Easy to clean cage	19

(Βλ. Πίνακα 2 για περισσότερες λεπτομέρειες).

Απορρόφηση ούρων, ευκολία καθαρισμού, χαμηλό κόστος και το να είναι για πέταμα είναι οι κύριες απαιτήσεις τις οποίες επιδιώκουν οι κτηνίατροι σε έναν τάπητα κλουβιού.

<u>Required Cage Mat Features</u>	<u>%</u>
Absorb urine	54%
Easy to clean	27
Reasonable price/inexpensive	23
Disposable	20

(Βλ. Πίνακα 3 για περισσότερες λεπτομέρειες).

Το 60% των κτηνιάτρων αξιολόγησαν το δείγμα τάπητα κλουβιού είτε ως πολύ καλό είτε ως καλό.

Απορρόφηση κραδασμών/ άνεση και θερμική μόνωση είναι τα περισσότερο προτιμώμενα χαρακτηριστικά του δείγματος τάπητα.

Περισσότεροι από το 90% των κτηνιάτρων θεώρησαν το δείγμα τάπητα ως πολύ καλό ή καλό για την απορρόφηση κραδασμών/ άνεση. Περισσότεροι από το 70% θεώρησαν τη θερμική μόνωση του δείγματος τάπητα ως πολύ καλή ή καλή. Η παροχή θερμικής μόνωσης δεν είναι ένα από τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται από μια σημαντική ομάδα κτηνιάτρων (βλέπε πίνακα 3).

Περισσότεροι από το 90% των κτηνιάτρων θεώρησαν το δείγμα τάπητα ως πολύ καλό ή καλό για την απορρόφηση κραδασμών/ άνεση. Το 70% των κτηνιάτρων ανέφερε πως η απορρόφηση κραδασμών/ άνεση είναι ένα ιδιαίτερα επιθυμητό χαρακτηριστικό.

Περισσότεροι από το 70% των κτηνιάτρων θεώρησαν τη θερμική μόνωση του δείγματος τάπητα ως πολύ καλή ή καλή. Το μισό των κτηνιάτρων (49%) ανέφεραν πως η θερμική μόνωση είναι ένα ιδιαίτερα επιθυμητό χαρακτηριστικό. Ωστόσο, η θερμική μόνωση δεν είναι ένα από τα

χαρακτηριστικά που απαιτούνται συχνά από κτηνιάτρους. Μόνο το 9% απαίτησε αυτό το χαρακτηριστικό για έναν τάπητα κλουβιού.

Η δυσκολία καθαρισμού, το να παγιδεύονται τα περιττώματα στις σπείρες και το να μασάνε τα ζώα τον τάπητα είναι τα λιγότερο επιθυμητά χαρακτηριστικά του δείγματος τάπητα κλουβιού.

Στο 58% των ερωτώμενων δεν άρεσε η δυσκολία καθαρισμού του τάπητα και το γεγονός ότι τα περιττώματα παγιδευόταν στις σπείρες. Μόνο το 27% των κτηνιάτρων αξιολόγησαν την ευκολία καθαρισμού ως πολύ καλή ή καλή. Τα κλουβιά και οι τάπητες καθαρίζονται κυρίως από βοηθούς κυνοτροφείου (81%). Το 24% των ερωτώμενων παραπονέθηκαν σχετικά με το ότι τα ζώα μασούσαν το δείγμα τάπητα.

Οι κτηνίατροι ήταν μοιρασμένοι εξίσου ως προς την προτίμησή τους για τους τωρινούς τάπητες (εφημερίδες), ή για το δείγμα τάπητα.

Το ότι είναι για πέταμα και το ότι απαιτεί λιγότερη εργασία/ ευκολία καθαρισμού είναι οι κύριοι λόγοι προτίμησης του υπάρχοντος τάπητα.

Reasons for Preferring Current Mat	%
Easier to dispose	61%
Less work/easy to clean	30
Absorbent	13
Inexpensive	13

Επίδραση απορρόφησης κραδασμών/ άνεση, το ότι η ύψωση του τάπητα διατηρεί τον ασθενή καθαρό και το ότι έχει καλό σύστημα αποχέτευσης είναι οι βασικοί λόγοι προτίμησης του δείγματος τάπητα κλουβιού.

Reasons for Preferring Sample Cage Mat	%
Cushioning effect/comfort	50%
Elevated bottom kept patient clean	36
Good drainage	27

Στο εύρος τιμών του δείγματος τάπητα κλουβιού Vetmat, η αύξηση της ζήτησης που προέρχεται από μια μείωση της τιμής δεν εγγυάται την απώλεια στο περιθώριο κέρδους.

Στο εύρος τιμών στο οποίο πρέπει να ξεκινήσει το Vetmat, στα 4 \$ / πόδι και άνω, μειώσεις της τιμής δεν αυξάνουν τη ζήτηση έτσι ώστε να εγγυώνται την απώλεια στο περιθώριο κέρδους.

Ο δυνητικός ετήσιος όγκος δολαρίων για τον τάπητα κλουβιού Vetmat είναι χαμηλός.

Έχει υπολογιστεί πως κάτω από τη σημερινή του μορφή ο όγκος δολαρίων για το Vetmat ανέρχεται στα 17.000 \$ το χρόνο. Ακόμα και εάν το προϊόν αναβαθμιστεί και τα προβλήματα καθαρισμού και μασήματος μειωθούν, η αγορά θα παραμείνει μικρή (υπολογίζεται περίπου σε 65.000 \$ το χρόνο).

**Έκθεμα 4**  
**Εκτίμηση Μεγέθους Δυνητικής Αγοράς**

Estimate of the saturation level for the VETMAT mat market

I. Known Data/Estimates/Assumptions:

1. Veterinary practices tending to small animals	= 9,000*
2. Estimated percentage of veterinarians expected to purchase the mat for the first time at \$4.50/ft.	= 40%**
3. Percentage expected to repurchase the mat at \$10.40/ft.	= 21%***
4. Median quantity of mats purchased by each veterinarian at \$10.40/ft.	= 3#
5. Assumed average life of the mat	= 3 Years##
6. Estimated average length of cage mats	= 3 feet###

II. Saturated VETMAT Volume Potential

$$(9,000) \times (.4) \times (.21) \times (3) \times (1/3) = 756 \frac{\text{Mats}}{\text{Year}}$$

III. Saturated Dollar Volume Potential at Consumer Level

$$756 \times 3 \times \$10.40 = \$23,587/\text{year}$$

or approximately \$24,000/year

IV. Saturated Dollar Volume Potential at Dealer Level

$$\$24,000/\text{year} \times .70\text{f} = \$16,800/\text{year}$$

or approximately \$17,000/year

\*From data in VM/SAC Media Profile.

\*\*From Table 20, Phase III of this study. This was the percentage of veterinarians who would repurchase the mat at the lowest cost.

\*\*\*From Table 20, Phase III of this study.

#From Phase III of this study.

##Assumption - No data available.

###From data gathered by Peg Relyea on the average length of the cages.

fAssuming most dealers will take the customary 30% of sales margin.

## Έκθεμα 5 Γενικά Ευρήματα

### A. Τωρινές συνήθειες σχετικά με τάπητες κλουβιών

#### 1. Τάπητες που χρησιμοποιούνται επί του παρόντος

Οι περισσότεροι κτηνίατροι χρησιμοποιούν εφημερίδες (92%) ως τάπητα κλουβιού. Οι τάπητες κλουβιού εφημερίδας χρησιμοποιούνται για να απορροφούν τα ούρα και να διατηρούν το κλουβί καθαρό. Οι τάπητες κλουβιού εφημερίδας έχουν το πλεονέκτημα ότι είναι για πέταμα, κάτι που τους κάνει μία εύκολη και φτηνή μέθοδο καθαρισμού της ακαταστασίας. Άλλες μορφές ταπήτων κλουβιού είναι: χαρτοπετσέτες, χαλάκια και κουβέρτες.

<u>Cage Matting Used</u>	<u>%</u>
Newspapers	92%
Paper towels	20
Rugs	13
Blankets	11

(Βλ. Πίνακα 1 για περισσότερες πληροφορίες).

#### 2. Λόγοι χρήσης ταπήτων στα κλουβιά

Ο λόγος που αναφέρθηκε πιο συχνά, για χρησιμοποίηση ταπήτων στα κλουβιά είναι η απορρόφηση των ούρων. Άλλοι λόγοι χρήσης ταπήτων κλουβιών, που αναφέρθηκαν συχνά, ήταν: παροχή απορρόφησης κραδασμών/ άνεση, καθαριότητα του κλουβιού, ευκολία στον καθαρισμό του κλουβιού και παροχή θερμότητας στα ζώα.

<u>Reason for Using Cage Mat</u>	<u>%</u>
Provide absorption of urine	34%
Provide cushioning/comfort	29
Cleanliness of cage	23
Ease in cleaning cage	19
Provide warmth for animal (insulation)	17

(Βλ. Πίνακα 2 για περισσότερες πληροφορίες).

#### 3. Απαιτούμενα χαρακτηριστικά στους τάπητες κλουβιών

Η απορρόφηση των ούρων ήταν το χαρακτηριστικό που απαιτήθηκε πιο συχνά από τους ερωτώμενους για έναν τάπητα κλουβιού. Άλλα απαιτούμενα χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν συχνά ήταν: ευκολία στον καθαρισμό του τάπητα, λογική/ φτηνή τιμή, το να είναι για πέταμα, και η παροχή απορρόφησης κραδασμών/ άνεση.

<u>Reasons for Preferring Current Mat</u>	<u>%</u>
Easier to dispose	61%
Less work/ease of cleaning	30
Absorbent	13
Inexpensive	13
Better	9
Others	4

(base = 23)

Οι λόγοι που αναφέρθηκαν πιο συχνά για προτίμηση του δείγματος τάπητα κλουβιού ως προς τον τωρινό τάπητα ήταν: η επίδραση απορρόφησης κραδασμών/ άνεση, το ότι η ανύψωση του τάπητα διατηρεί τον καλό σύστημα ασθενή καθαρό και το αποχέτευσης.

Reasons for Preferring the Sample	%
Cushioning effect/comfort	50%
Elevated bottom kept clean	36
Good drainage	27
Warmth/insulated	9
Fewer problems with ulcers/sores	9
Strong (newspapers are not strong)	9
Others	5

(base = 22)

#### D. Παρατηρήσεις πάνω στη σχέση μεταξύ ζήτησης και τιμής για το Vetmat.

Προκειμένου να αποκτήσουμε μια ιδέα για την ελαστικότητα της τιμής του δείγματος τάπητα κλουβιού, οι ερωτώμενοι ρωτήθηκαν για την πρόθεση αγοράς τους (μετά τη δοκιμή) σε τρεις ευρέως διαδεδομένες τιμές. Τα αποτελέσματα, όπως φαίνονται στον Πίνακα 11, δείχνουν ότι μεγάλες μεταβολές στην τιμή επηρεάζουν τη ζήτηση για το δείγμα τάπητα.

Η ζήτηση για το προϊόν σχεδόν διπλασιάστηκε όταν η τιμή μειώθηκε κατά 60%. Στα 10,4 \$ ανά γραμμικό πόδι, μόνο 21% των κτηνιάτρων είπαν ότι θα το αγόραζαν με βεβαιότητα, ή ότι ήταν πιθανό πως θα το αγόραζαν. Ενώ στα 4,5 \$ ανά γραμμικό πόδι, το 40% είπαν ότι θα το αγόραζαν με βεβαιότητα, ή ότι ήταν πιθανό πως θα το αγόραζαν.

Εάν και εκ πρώτης όψεως ίσως φαίνεται πως θα ήταν επιθυμητό να μειωθεί η τιμή για να αυξηθεί η ζήτηση, η ανάλυση της κατάστασης δείχνει ότι δεν είναι έτσι, μιας και η αύξηση της ζήτησης δεν θα είναι αρκετή για να εγγυηθεί την απώλεια του περιθωρίου κέρδους. Αξίζει να σημειωθεί ότι η ελαστικότητα της τιμής δεν μπορεί γενικά να καθοριστεί από ερωτήσεις σχετικά με την πρόθεση αγοράς σε διαφορετικές τιμές. Είναι απαραίτητο να πωληθεί το προϊόν σε διαφορετικές τιμές πριν καθιερωθεί η ελαστικότητα της τιμής.

#### E. Υπολογισμένη Δυνητική Αγορά για το δείγμα τάπητα Vetmat

Η δυνητική αγορά για το Vetmat κάτω από την τωρινή του μορφή υπολογίζεται σε 17.000 \$ ανά έτος. Ακόμα και εάν το προϊόν αναβαθμιστεί και επιλυθούν τα προβλήματα καθαρισμού και μασήματος, η αγορά για τάπητες θα παραμείνει μικρή. Για παράδειγμα, ας υποθέσουμε ότι αναβαθμίζουμε τον τάπητα έτσι ώστε να επαναγοραστεί από το 80% των αρχικών αγοραστών, αυτό θα σήμαινε ότι η ετήσια αγορά θα ήταν το πολύ 65.000 \$.

Υπάρχουν δυο βασικοί λόγοι για τους οποίους το Vetmat δεν αναμένεται να αποδώσει μεγάλους όγκους:

1. Εξαιτίας της ετικέτας ακριβής τιμής του, οι κτηνίατροι δε θα το θεωρήσουν για κλουβιά οικοτροφίας.
2. Η διάρκεια ζωής του προϊόντος είναι τέτοια ώστε όταν ο κτηνίατρος αγοράσει το προϊόν, αυτός βγαίνει από την αγορά για αρκετά χρόνια.

Κάποιος θα μπορούσε να επιχειρηματολογήσει πως η αγορά θα μπορούσε να μετατραπεί έτσι ώστε να χρησιμοποιείται ένα αναβαθμισμένο Vetmat για κλουβιά οικοτροφίας (χωρίς

προβλήματα καθαρισμού και μασήματος). Ωστόσο, μιας και η Kendall δε θα πουλά το προϊόν άμεσα, δεν είναι πιθανό πως αυτό θα μπορούσε να γίνει μέσα από τους διανομείς.

Όσον αφορά τη διάρκεια ζωής του προϊόντος, θα ήταν ασφαλές να υποτεθεί ότι εάν ένα προϊόν υπερτίμησης, όπως το Vetmat, δεν είχε μια μεγάλη διάρκεια ζωής, θα εμφάνιζε χαμηλούς δείκτες επαναγοράς.

**Πίνακας 1**

<u>MATTING USED CURRENTLY:</u>		
<u>Matting used currently by the Veterinarians</u>	<u>Veterinarians Using It</u>	<u>%</u>
Newspapers	65	92
Paper Towels	14	20
Rugs	9	13
Blankets	8	11
Corrugated Cardboard	2	3
Rubber	2	3
Indoor/Outdoor Carpeting	2	3
Synthetic Lambskin Products	1	1
Fibers	1	1
Shredded Newspapers	1	1
Hot Water Bottle	1	1
Picnic Table	1	1
Don't use Matting	1	1
(Multiple answers possible)	Base = 71	

From Phase I  
Q. 6. Which of the following types of matting do you use in your cages?

**Πίνακας 2**

<u>REASONS FOR USING MATS IN THE CAGES:</u>		
<u>Reason for Using Cage Mat</u>	<u>Vets Using Mat for this Reason</u>	<u>%</u>
Provide absorption of urine	24	34
Provide cushioning and comfort	20	29
Cleanliness of cage	16	23
Ease in cleaning cage	13	19
Provide warmth for animals	12	17
Protection from animal wastes	5	7
Convenient/easy to use	5	7
Cleanliness of animal	4	6
Insulation purposes	3	4
Disposable protection for cages	3	4
Protect animal from steel cage	2	3
Inexpensive protection	2	3
It is more sanitary	1	1
Security for cats	1	1
Prevents bed sores	1	1
(Unsolicited multiple answers)	Base = 80	

From Phase I  
Q. 7. Why do you use mats in your cages?

### Πίνακας 3

#### FEATURES REQUIRED BY THE VETERINARIANS IN A CAGE MAT:

<u>Required Features</u>	<u>Veterinarians Requiring these Features</u>	<u>%</u>
Absorb urine	38	54
Ease in cleaning	19	27
Reasonable price/inexpensive	16	23
Disposable	14	20
Provide cushioning/comfort	11	16
Convenient/easy to use	7	10
Provide insulation	6	9
Provide warmth for animal	5	7
Durable	5	7
Slip resistant	4	6
Cleanliness of animal	2	3
Prevent bed sores	1	1
Odor free	1	1
Nontoxic to animals if chewed	1	1
Easy drying	1	1
Don't know	2	3

(Unsolicited multiple answers) Base = 70

From Phase I

Q. 8. What do you require from a cage mat?

### Πίνακας 4

#### RATING OF FIVE CAGE MAT FEATURES BY THE VETS:

<u>Features</u>	<u>% Giving This Rating</u>			
	<u>Essential</u>	<u>Desired</u>	<u>Not Wanted</u>	<u>D/K No Answer</u>
Cleanliness of patient	90%	3%	7%	-
Cleanliness of the cage	79	13	8	-
Fluid drainage	65	20	14	1
Cushioning	32	59	9	-
Thermal insulation	20	65	14	1

Base = 71

From Phase I

Q. 13. Dr. I am going to read a list of product characteristics. Could you please tell me whether they are:

1. Essential in a cage mat.
2. Desired.
3. Not wanted.



## Πίνακας 5

UNSUGGESTED USE OF THE SAMPLE MAT

<u>Manner Mat was Used</u>	<u>Veterinarians Using it This Way</u>	<u>%</u>
Recumbent animals	55	86
Post-operative	50	78
Boarding mat	31	48
Otherwise immobilized	27	42
Broken legs	15	23
Other	14	22
	<u>Base = 64</u>	

(Multiple answers possible)

From Phase II  
Q. 4. How was the sample cage mat used?

## Πίνακας 6

MAT PREFERENCE: SAMPLE VS. CURRENT:

<u>Preferred Mat</u>	<u>Veterinarians Preferring It</u>	<u>%</u>
Sample (VETMAT)	22	34
Current	23	36
Both	17	27
Neither	2	3
	<u>Base = 64</u>	<u>100%</u>

From Phase II  
Q. 8. Which product would you prefer?

## Πίνακας 7

REASONS FOR PREFERRING SAMPLE CAGE MAT:

<u>Reasons for Mat Preferences</u>	<u>Veterinarians Preferring Sample Cage Mat For This Reason</u>	<u>%</u>
Cushioning effect/comfort	11	50
Elevated bottom kept clean	8	36
Good drainage	6	27
Warmth insulated	2	9
Fewer problems with sores/ulcers	2	9
Newspaper is not strong	2	9
Others	1	5
	<u>Base = 22</u>	

(Multiple answers possible)

From Phase II  
Q. 9. Why did you prefer sample mat?

### Πίνακας 8

Rating of the Sample Cage Mat for Different Product Features

<u>Features Rated</u>	<u>RATING %</u>						
	<u>Very Good</u>	<u>Good</u>	<u>Sum of very good and good</u>	<u>Acceptable</u>	<u>Bad</u>	<u>Very Bad</u>	<u>Don't Know</u>
Cushioning and comfort	61	34	95	5	-	-	-
Thermal insulation	34	44	78	3	2	-	17
Fluid drainage	25	48	73	13	6	5	3
Keeping the patient clean	22	39	61	23	8	-	8
Keeping the cage clean	13	37	50	23	16	3	8
Color of the mat	5	20	25	51	11	3	10

Base = 64

From Phase II Q. 10. How would you rate the sample for \_\_\_\_\_ ?

### Πίνακας 9

PURCHASE INTENTION AT THREE DIFFERENT PRICES:

<u>Purchase Intention</u>	<u>\$4.50/ft. (Base=62)</u>	<u>\$6.90/ft. (Base=31)</u>	<u>\$10.40/ft. (Base=33)</u>
Definitely buy it	5%	0%	6%
Be likely to buy it	35	29	15
Subtotal	40	29	21
Be unlikely to buy it	41	45	33
Definitely not buy it	19	23	43
Don't know/no answer	0	3	3
	100%	100%	100%

**Πίνακας 10**

RATING OF DIFFERENT FEATURES OF THE SAMPLE CAGE MAT WHEN USING IT WITH POST-OPERATIVE/RECUMBENT ANIMALS (PHASE III):

Features	Very Good	Good	Addition Very Good Good	Acceptable	Bad	Very Bad	Don't Know
Cushioning and comfort	53	37	90	8	2	-	-
Thermal Insulation	38	34	72	22	2	2	2
Keeping the patient clean	22	41	63	27	8	2	-
Fluid Drainage	14	31	45	41	12	-	2
Keeping the cage clean	5	29	34	46	12	3	5
Color of the mat	5	15	20	60	8	7	5
Ease of cleaning the mat	2	25	27	39	24	8	2
Overall rating	27	34	61	31	5	3	-

Base = 59

From Phase III Q. 4. How would you rate the following features of the cage mat when using it with post-operative, or otherwise recumbent animals?

**Πίνακας 11**  
**Ελαστικότητα Τιμής για το Vetmat**

