

# Shopper Insights Factbook

Vorhandenes Wissen effektiver nutzen



- Integration und Synchronisation **aller relevanten Studienergebnisse**
- Kompakte Darstellung aller **Key Facts** in einem Dokument
- Übersichtliche **Strukturierung** nach Themengebieten
- **Einheitliche Aufbereitung** der Informationen in Ihrem Corporate Design
- Schneller Zugang zu Ihren Shopper Insights
- Leichte **Verständlichkeit** der Informationen
- Erleichterung der **Nutzung** von Studienerkenntnissen durch die gesamte Organisation
- Identifikation von **Wissenslücken** und offenen Fragen

# Nutzen Sie bereits vorhandenes Shopper Wissen!

**Hintergrund:** Die Anzahl an Marktforschungsstudien, die speziell zur Klärung einzelner Problemstellungen durchgeführt werden, steigt kontinuierlich. Nicht selten werden diese Studien nachgelagert nur mono-perspektivisch betrachtet bzw. interpretiert und nicht im Sinne einer grundlegenden und übergreifenden Wissensbasis genutzt. Häufig ist das daraus resultierende Wissen anderen Abteilungen oder neuen Mitarbeitern nicht zugänglich. Gerade in Unternehmen, in denen zahlreiche Studien von verschiedenen internen Auftraggebern durchgeführt werden, ist der Umgang mit der Fülle an vorliegenden Informationen häufig nicht mehr praktikabel. Die Suche nach relevanten Informationen ist mit großem Aufwand verbunden und eine Bündelung findet oft nicht statt.

**Unsere Lösung:** Wir bergen Ihre „Wissensschätze“, fassen Ihre Shopper Insights Studien (ggf. ergänzt um Ihre Consumer Insights) thematisch zusammen und bereiten sie optisch ansprechend auf. Durch ein solches Shopper Insights Factbook kann bestehendes Wissen internen Zielgruppen wie Marketing, KAM, Trade Marketing oder dem Außendienst kompakt und verständlich vermittelt und von diesen besser genutzt werden. Die Verknüpfung von Informationen aus verschiedenen Blickwinkeln führt dabei auch zu Hypothesen und neuen Denkansätzen, die die Organisation als Ganzes voran bringen können. Darüber hinaus werden im Rahmen der Sichtung noch bestehende Wissenslücken identifiziert und dementsprechender Handlungsbedarf abgeleitet.

## VORGEHENSWEISE ERSTELLUNG FACTBOOK:

- Schritt 1:** Sichtung und Grobstrukturierung der vorliegenden qualitativen und quantitativen Studien aus allen relevanten Unternehmensbereichen.
- Schritt 2:** Bündelung und Synchronisierung der relevanten Informationen. Strukturierung der Informationen z.B. nach der Shopper Journey oder nach den 4 Ps des Marketing-Mix.
- Schritt 3:** Identifikation von Wissenslücken und Ableitung von Handlungsbedarf.
- Schritt 4:** Anreicherung des Factbooks mit Vergleichswerten aus anderen Studien und allgemeinem Warengruppen-Know-how.
- Optional:** Verknüpfung alle relevanten Informationen zu neuen Denkansätzen, Hypothesen und Erkenntnissen.

