

# U(S)A – Usage & Attitude trifft Shopper

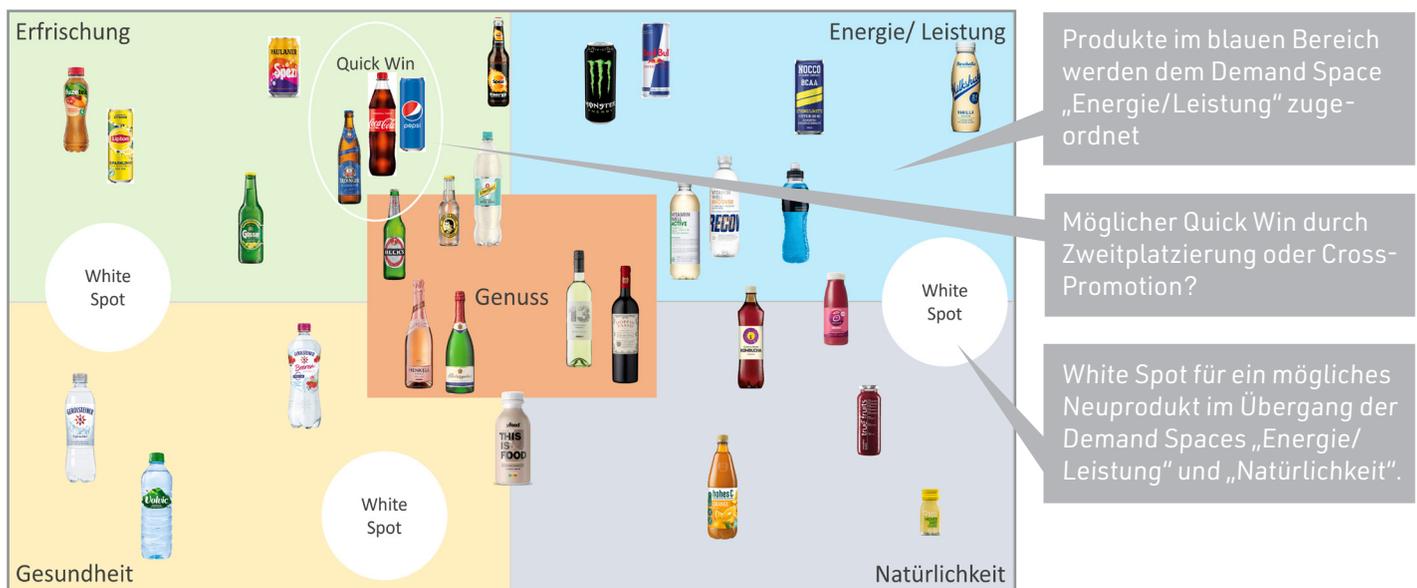


- Wo, wie und wann werden welche Produkte oder Marken von den Shoppern **gekauft**? Was sind relevante **Konsumsituationen und -anlässe**?
- Für welche **Zielgruppen und Channels** sind welche Produkte oder Marken relevant?
- Welche **funktionalen, emotionalen und sozialen Bedürfnisse** werden durch welche Produkte oder Marken gestillt?
- Welche **Bedürfniscluster** können identifiziert werden?
- Welche **Demand Spaces** werden von meinen oder Wettbewerbs-Produkten besetzt?
- Wo sind relevante **White Spots** für **Neuprodukte**?
- Wie können **Quick-Wins** durch Weiterentwicklung bestehender Produkte oder Cross-Promotions erzielt werden?

# Consumer Insights um Shopperperspektive erweitern

Marketing und Category Management wachsen stärker zusammen und arbeiten integrierter. Denn: letztlich muss das Produkt am POS überzeugen und gekauft werden, um in der Verwendung zu begeistern und einen Wiederkauf zu ermöglichen.

Aus diesem Grund ist umfassendes Wissen sowohl um die Psychologie der Konsumenten als auch die der Shopper die Grundvoraussetzung für die erfolgreiche Marktbearbeitung. Das Übereinanderlegen von Demand Spaces, Marken, Produkten, Einkaufsverhalten, Anlässen und Personentypen bietet faktenbasierte und konkrete Ansatzpunkte für eine zielgerichtete Marktbearbeitung. Dies kann bspw. über die Weiterentwicklung bestehender Produktkonzepte aber auch über Neuprodukte erfolgen. Mit unserer U(S)A-Studie unterstützen wir Sie, Ihre Perspektive zu erweitern und neue Wachstumsfelder für Ihre Produkte und Marken zu entdecken.



*Demand Spaces Getränke (beispielhafte Darstellung)*

## U(S)A: VORTEILE UND BESONDERHEITEN

- Die Verknüpfung von Shopper- und Consumer-Insights in einer Studie eröffnet neue Perspektiven auf POS- und Marketing-Themen.
- Die Identifikation unterschiedlicher Demand Spaces und Produktcluster hilft dabei, ein besseres Verständnis über die Motive und das Einkaufs- und Konsumentenverhalten zu bekommen.
- Ein Blick über den Tellerrand Ihrer Kategorie stellt sicher, dass mögliche Marktlücken, Entwicklungs- und Expansionsmöglichkeiten aufgedeckt werden.
- Ganzheitliches Wissen über die Bedürfnisbefriedigung durch verschiedene Produkte und Marken ermöglicht eine gezieltere Ansprache der Konsumenten und Shopper.

plan + impuls

Gesellschaft für Marktforschung & Beratung am POS mbH

Robert-Koch-Str. 1 | 80538 München

Tel +49 89 54 03 18 0 | Fax +49 89 54 03 18 11

Email: [info@planundimpuls.de](mailto:info@planundimpuls.de)

[www.planundimpuls.de](http://www.planundimpuls.de)



plan + impuls