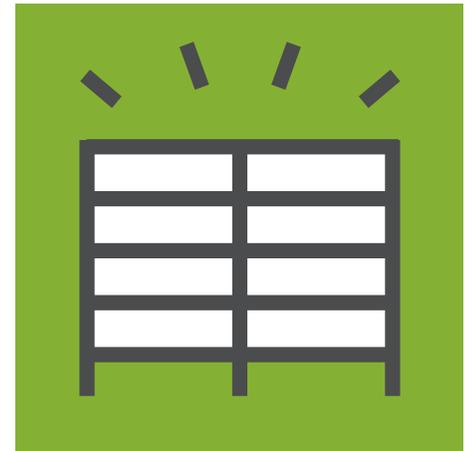
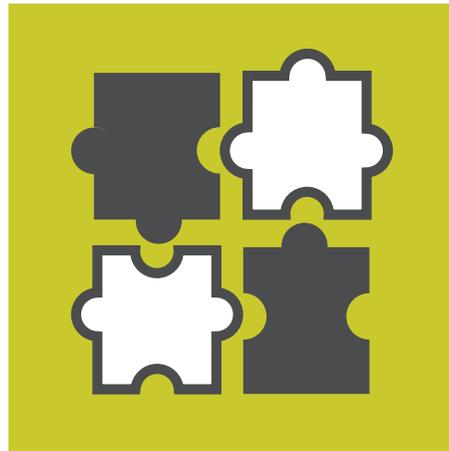


Die richtigen Shopper Insights für erfolgreiches Category Management



- Wie definiert der Shopper die **Kategorie**?
- Nach **welchen Kriterien** wird die Kategorie **strukturiert**?
- Was sind **Ankerprodukte** für die Kategorie und die Subkategorien?
- Wie hoch ist der Planungsgrad in der Kategorie?
- Was sind **relevante Kaufentscheidungskriterien**?
- Wie orientieren sich die Shopper?
- Welche **Shopper-Typen** gibt es und wie unterscheidet sich ihr Kaufverhalten?
- Welche **Touchpoints** sind wann relevant?
- Was sind mögliche Kaufbarrieren?
- Wie sieht die **ideale Regalstruktur** aus Shoppersicht aus?

CM-Arbeit durch Shopper Insights auf ein neues Niveau heben

Erfolgreiches Category Management basiert nicht nur auf quantitativen Panel-Daten (wer kauft was wo), sondern betrachtet den Shopper ganzheitlich und integriert auch qualitative Insights aus Shopper Research Studien, die das dahinterliegende Wie und Warum beleuchten. Shopper Insights sind – mit unterschiedlichen Schwerpunkten - entlang des gesamten CM-Prozesses relevant. Dieses ganzheitliche Verständnis der Kategorie ist notwendige Voraussetzung, um beispielsweise erfolgreiche und differenzierende POS-Konzepte ableiten zu können. Zudem dokumentieren sie Kompetenz und Wissensvorsprung des Herstellers in der Kategorie und werden heutzutage vom Handel erwartet.



Ganzheitliche Shopper Insights sind die Basis für Ihren Erfolg am POS

WARUM SHOPPER RESEARCH MIT UNS?

Durch die Verknüpfung von Shopper Research- und Category Management-Kompetenz sind wir in der Lage, von Anfang an die richtigen Fragen zu stellen und umsetzungsorientierte Ableitungen zu treffen.

- Unter Berücksichtigung der angedachten Nutzung der Studienergebnisse unterstützen wir Sie durch ein detailliertes Re-Briefing und ein individuelles Projektangebot.
- Abhängig von der Aufgabenstellung kombinieren wir die besten Methoden miteinander. Unser Leistungsangebot umfasst hierbei alle gängigen Shopper-Research-Methoden.
- Je nach Fragestellung wählen wir die zielführenden Auswertungsdimensionen und interpretieren die Ergebnisse unter Einbezug unseres umfangreichen POS-Know-hows und unserer Erfahrung aus mehr als 500 umgesetzten Forschungs-Ansätzen.
- Die enge Zusammenarbeit mit unserem Kompetenzbereich „Category Activation“ ermöglicht es uns, umsetzungsorientierte Ableitungen wie z.B. ein differenzierendes Regalkonzept zu treffen. Dies stellt sicher, dass Sie den größtmöglichen Nutzen aus Ihrer Studie ziehen.

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

www.planundimpuls.de | www.handelsmafo.de



plan + impuls