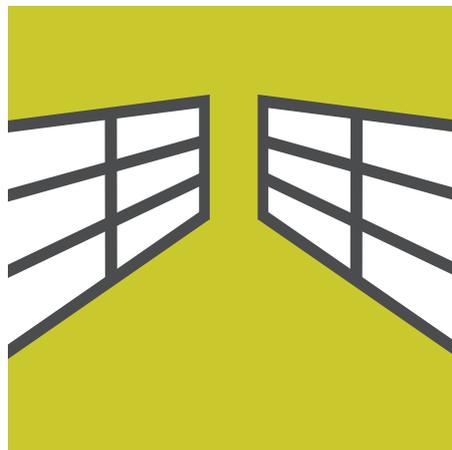
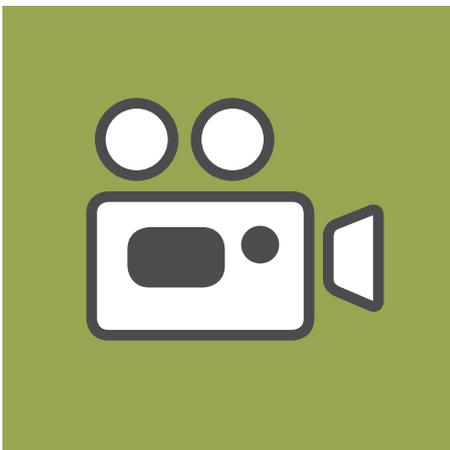


# Videoanalyse am POS



- Wo sind die **Hot Spots** im Regal?
- Welche **Laufwege** nehmen die Shopper durch die Abteilung?
- Wie unterscheidet sich das Verhalten bestimmter **Shopper-Typen**?
- **Abschöpfungsquoten:** Wie viele Personen aus dem Geschäft kommen in die Abteilung, interessieren sich für Produkte, haben Produkt-Kontakt und kaufen?
- Wie wirkt sich eine geänderte **Warenpräsentation** auf das Such-, Auswahl -und Kaufverhalten der Shopper aus?
- Wie verhalten sich die Shopper an **Zweitplatzierungen oder Promotions**?
- Wie werden **VKF-Maßnahmen** genutzt?

# Aus dem Verhalten der Shopper lernen

Um das Verhalten der Shopper am POS ganzheitlich zu verstehen, sollten sowohl bewusste als auch unbewusste Aspekte im Such-, Auswahl- und Entscheidungsverhalten analysiert werden. Im Rahmen einer Befragung können ausschließlich bewusst getroffene Entscheidungen erhoben werden. Eine Beobachtung hingegen erlaubt es, unbewusste und unreflektierte Verhaltensweisen im habitualisierten oder impulsiven Kaufverhalten zu erfassen.

plan + impuls setzt die Methode der Videoanalyse am POS seit Jahren erfolgreich ein. Im Gegensatz zur persönlichen Beobachtung ermöglicht diese Vorgehensweise eine Vollerhebung der Aktivitäten aller Shopper in einer echten Einkaufsumgebung.

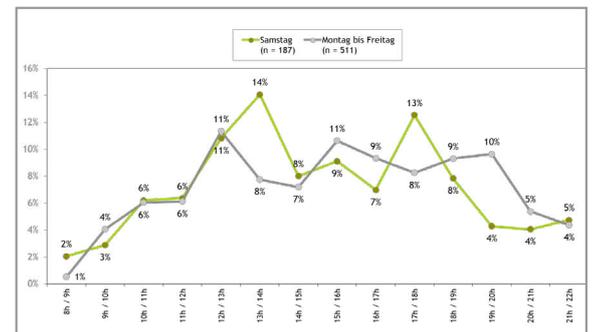
## Methode

Mehrere Kameras werden aus verschiedenen Blickwinkeln auf die Abteilung gerichtet. Abhängig von der Aufgabenstellung wird eine Woche oder länger während der gesamten Öffnungszeiten digital aufgezeichnet.

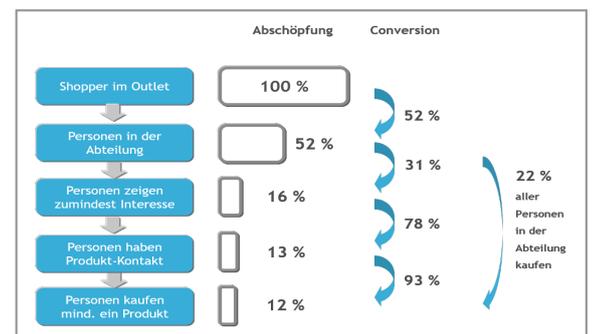
Aus dem erhobenen Bildmaterial werden definierte Verhaltensmuster gesichtet, codiert und ausgewertet. Durch die verschiedenen Kameraperspektiven und die Möglichkeit das aufgezeichnete Videomaterial mehrfach oder in Zeitlupe ablaufen zu lassen, ist es möglich auch schnell ablaufende Aktivitäten von Käufern und Interessenten zu analysieren.



Aufzeichnung im Markt



Frequenzen im Tagesverlauf



Conversion Rate

## VORTEILE UND BESONDERHEITEN

- Analyse des völlig unbeeinflussten Such- und Orientierungsverhaltens
- Überzeugende Studien-Präsentation durch bewegte Bilder (Videos)
- Hohe Stichproben durch mögliche Vollerhebung
- Repräsentativer, detaillierter und valider als eine persönliche Beobachtung

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