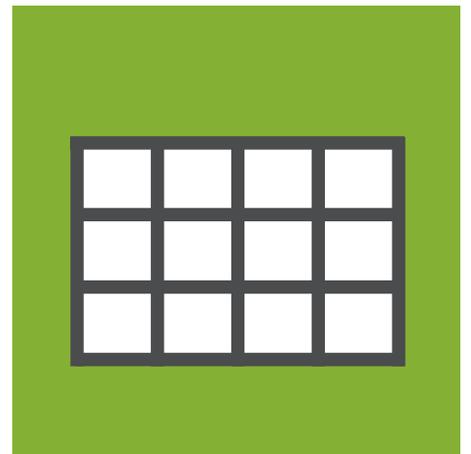
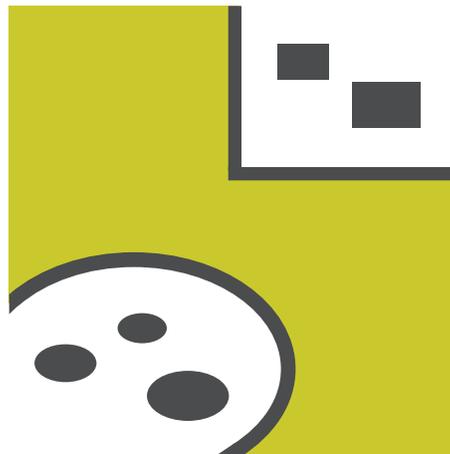
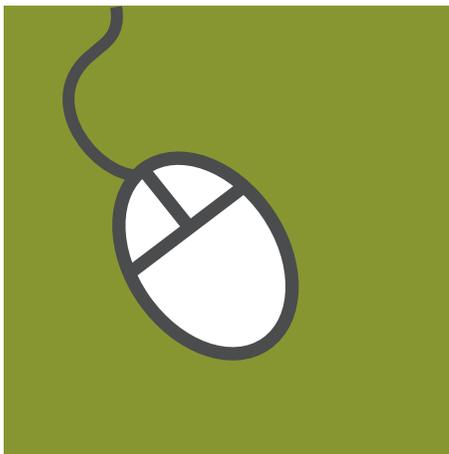


Online Mapping: MapIT



- Wie **definiert** der Shopper die **Kategorie**?
- Nach **welchen Kriterien** wird die Warengruppe **strukturiert**?
- Welche Produkte gehören **zusammen in eine Gruppe**?
- Wie bezeichnet der Shopper die gebildeten Gruppen?
- Wie sieht die **ideale Regalabfolge** aus Shopper-Sicht aus?
- Welches Produkt ist das **Ankerprodukt** in der jeweiligen Gruppe?
- Wo sollen **Neuprodukte** aus Sicht der Shopper platziert werden?

Wie sehen die Shopper die Warengruppe?

Grundlage eines jeden Category Management Projekts sind Erkenntnisse über die Kategoriedefinition und Warengruppenstruktur aus Sicht der Shopper. Diese Kenntnis ist u. a. Basis für die Ableitung der optimalen Warenpräsentation und wird über Mapping-Studien gewonnen, bei denen die Teilnehmer die Warengruppe frei strukturieren.

Das Mapping kann grundsätzlich am POS, im Studio oder Online durchgeführt werden. Ein wesentlicher Vorteil der Online-Durchführung liegt darin, dass die Segmentierung losgelöst und damit unbeeinflusst von bestehenden und ggf. gelernten Strukturen am POS erfolgt. Online ist zudem die Abbildung komplexer Warengruppen problemlos möglich. Auch kann eine identische Durchführung durch alle Teilnehmer sichergestellt werden.

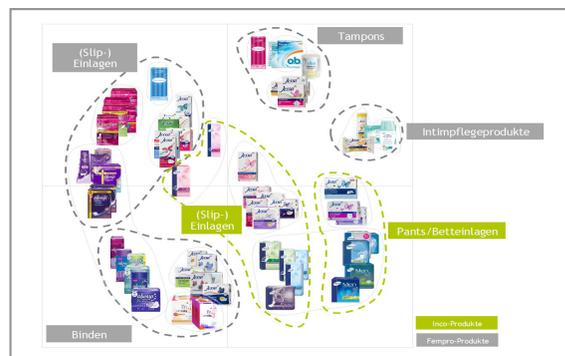
Mit MapIT hat plan + impuls ein webbasiertes Mapping-Tool entwickelt, bei der die Warengruppenstruktur im Rahmen einer Online-Befragung valide und reliabel ermittelt wird.

Ablauf des Mappings

Über renommierte Panelanbieter werden aktive Käufer der Kategorie rekrutiert und zur Befragung eingeladen. Im Rahmen des Mappings wird den Teilnehmern eine repräsentative Auswahl an Artikeln aus der Warengruppe gezeigt, welche anschließend strukturiert werden soll. Danach gilt es, die gebildeten Gruppen zu begründen, Ankermarken zu benennen und die Gruppen in eine Abfolge zu bringen.



Durchführung: Gruppierung der Produkte



Auswertungsbeispiel: Warengruppenstruktur



Auswertungsbeispiel: Regalabfolge

VORTEILE UND BESONDERHEITEN

- Keine Beeinflussung durch die vorhandene POS-Situation, identische Durchführung für alle Teilnehmer
- Auch komplexe und sensible oder negativ belegte Kategorien können untersucht werden

plan + impuls

Gesellschaft für Marktforschung & Beratung am POS mbH

Rober-Koch-Straße 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