

# BORMANN & GORDON KURZPROFIL 2018

Ihr Beratungs- und Forschungsexperte  
für POS- und Shopper Research

# KURZPROFIL

## BORMANN & GORDON



### KERNKOMPETENZ

**OPTIMIERUNG**  
DES POINT-OF-SALE

für Shopper,  
Handel  
und Industrie



### HISTORIE

**1972**  
GRÜNDUNG

unabhängige und  
inhabergeführte  
Beratungsgesellschaft



### TEAM

**13**  
MITARBEITER

und ca. 100Mitarbeiter  
im Außendienst /  
Interviewer



### KOOPERATIONEN

nielsen

IMS Health & Quintiles are now  
IQVIA™

GS1 Germany Solution Partner  
Bormann & Gordon  
Unternehmensberatung  
GmbH

# KURZPROFIL

## BORMANN & GORDON



### B&G Ansatz:

#### IDENTIFIKATION VON SHOPPER-POTENZIALEN

Shopper Research & Kundenkartendaten



Erforschung des Kundenverhaltens im gesamten Einkaufsprozess von der Planung bis zum Kauf / Nichtkauf

**SHOPPER INSIGHTS**

#### QUANTIFIZIERUNG DER ABSATZ-/KÄUFER-POTENZIALE

Kontrollierte Markttests & Reason-Why-Daten



Quantitative Testmessung im realen Umfeld (Handel) unter kontrollierten Bedingungen (Neuprodukte, Platzierung, Promotions)

**TEST INSIGHTS**

#### IDENTIFIZIERUNG DER POS-POTENZIALE

POS-Erhebungsdaten via Mobile Research



Erhebung von POS-Daten (Situationsanalyse am POS / Abgleich mit Zielvorgaben)

**POS INSIGHTS**

← CATEGORY MANAGEMENT / PERFECT STORE →

# UMFASSENDE KATEGORIE-KOMPETENZ IN DEN VERSCHIEDENSTEN KANÄLEN

Von der Apotheke über den Drogeriemarkt und Lebensmittelhandel bis zur Tankstelle.



GETRÄNKE



LEBENSMITTEL



TABAKWAREN



NEAR FOOD



OTC



HANDEL & CHANNELS



NON FOOD



Dienstleistungen & Medien

# B&G CASE STUDY

## SHOPPER RESEARCH UND TEST



### Aufgabenstellung:

- Ermittlung der Kategorie-Definition Käsesnacks und einer optimalen Platzierung im Käseregal

### Kernergebnis Shopper Research → Optimale Käsesnack-Platzierung

- Platzierung (kategorierelevante) Snack-Produkte in einem eigenen Block / nach Marken sortiert
- Platzierung bei Hart- und Schnittkäse
- Mindestens zwei Facings je Produkt (Visibilität gewährleisten)

### Anschließend 3-monatiger Markttest in 20 LEH-Märkten

### → Überprüfung „neue“ Käsesnack-Platzierung

### KERNERGEBNIS:

- **Umsatzplus** für die Kategorie von **bis zu 20%** – im Vergleich zu den Referenzmärkten mit „klassischer“ Warenpräsentation.





# B&G CASE STUDY

## SHOPPER RESEARCH UND HANDELSBEFRAGUNG



### Aufgabenstellung:

- Überprüfung der „neuen“ edding-Stifte-Regalplatzierung in verschiedenen europäischen Ländern mittels Shopper und Handelsinterviews

### Hintergrund

- Umfassende Optimierung des Shop-in-Shop-Systems auf Basis einer B&G-Shopperstudie 2011 u.a. Strukturierung nach Anwendungsbereichen zzgl. Tester etc.

### KERNERGEBNIS:

- „Die beste Erstplatzierung im Bereich Schreiben und Markieren“ aus Händlersicht
- Umsatzsteigerungen von bis zu **30%** für edding und Wachstum für die Kategorie
- Top-Zufriedene Shopper:  
**91%** loben die sehr gute Orientierung und finden schnell, was sie suchen  
**46%** tätige Zusatzkäufe



# VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

Bormann & Gordon  
Unternehmensberatung GmbH  
Kaiser-Friedrich-Promenade 30  
D-61348 Bad Homburg

KONTAKT:

**Reiner Graul**  
Managing Partner



+49(0)61 72-18 96-61



[r.graul@bormann-gordon.de](mailto:r.graul@bormann-gordon.de)