

SHOPPER RESEARCH TOOL BOX



B&G hat auf Basis jahrelanger Erfahrung eine neue Shopper Research Tool Box entwickelt, aus der Studien modular je nach Schwerpunkten aufgebaut werden können:

Qualitativ

(Basisinformationen zum Einkaufsverhalten und der verbraucherrelevanten Dimensionen)

Fokusgruppen mit Kategorie-Käufern

Accompanied Shopping in der Kategorie

Handelsvorbefragung Marktpersonal

Handelsreflexion (Expertenworkshop)

Quantitativ

(Repräsentative Ergebnisse => nach Regionen, Channels, Kunden usw.)

Einkaufsverhalten

Shopper-Interviews am POS

(Einkaufs- und Entscheidungsverhalten am POS nach Kategorien, Marken und Kunden)

Shopper-Beobachtung

(Frequenz, Conversion Rate, Hot + Cold Spots)

Nichtkäufer-Befragung

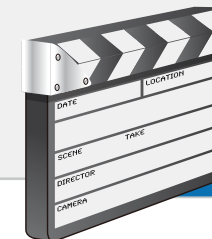
(Nichtkaufgründe)

Segmentierung

Cognitive-Map Interviews am POS

(Verbraucherorientierte Segmentierung u. Verbraucheranforderungen an die Regalplatzierung)

Handelspräsentation



**SHOPPER
RESEARCH
FILM**