

Optimierung der Regalplatzierung

Die Produktanordnung im Regal hat maßgeblichen Einfluss auf das Orientierungs- und Kaufverhalten am Point of Sale. Zur Ableitung der idealen Regalstruktur sind 3 wesentliche Insights notwendig.

1.

Such- und Orientierungsverhalten

- Wie orientieren sich die Shopper am Regal?
- Wie suchen sie nach ihrem Produkt?

2.

Mapping

- Welche Produkte und Marken sind aus Shoppersicht ähnlich/unähnlich?

3.

Category Decision Tree

- Welche Kriterien haben Einfluss auf die Kaufentscheidung?
- Wie läuft die Kaufentscheidung ab?

Ableitung der idealen Regalstruktur



Research Methoden



Such- und Orientierungsverhalten

- Mit Beobachtungsverfahren, wie der Shopper Brille, Eye Tracking oder der Shopper Research Box, untersuchen wir das Such- und Orientierungsverhalten.



Mapping

- Im Rahmen von Fokusgruppen, Einzelinterviews und Onlinebefragungen generieren wir die räumliche Nähe/Ferne von Produkten und Marken.

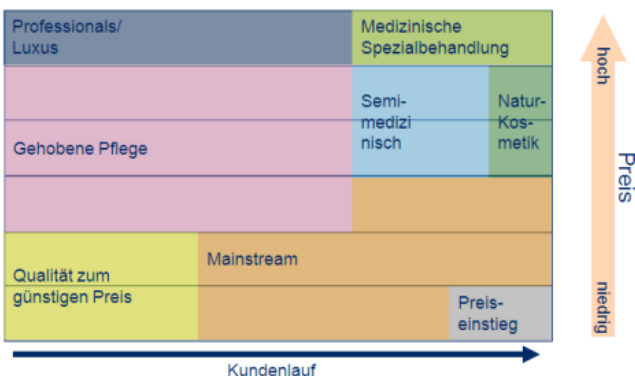


Category Decision Tree

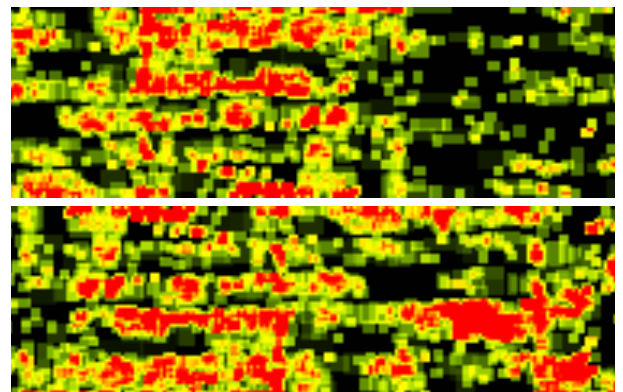
- Der Kaufentscheidungsbaum ist eines der wichtigsten Shopper Insights. Über einen impliziten Ansatz lassen sich gedankliche Auswahlprozesse ableiten.

Ergebnis

Optimale Platzierungsstruktur



Vor der Optimierung



Nach der Optimierung

Ihr Vorteil: Die Optimierung der Regalstruktur führt zu einer verbesserten Orientierung, höherer Kundenzufriedenheit und somit steigendem Abverkauf.

KONTAKT

MATTHIAS SCHULZ
Telefon: +49(0)40-29876-125
E-Mail: schulz@gdp-group.com

FORSCHUNGSGRUPPE g/d/p
Richardstraße 18 · 22081 Hamburg
www.gdp-group.com