

Marktforschung am POS!

Insights zum New Normal des Shoppers - mit Abstand und Hygiene!

Ohne Maske einkaufen? Das ist für die meisten inzwischen fast unvorstellbar. Social Distancing ist unsere neue Normalität geworden.

Das Kaufverhalten hat sich verändert.

Weniger Shoppingtrips, höhere Bons, eine detailliertere Einkaufsplanung, intensivere Handzettel-nutzung, veränderte Verweilzeiten an Regalen und Theken, verändertes Bezahlverhalten – dies sind nur einige Effekte, die neue Chancen und Herausforderungen für Handel und Hersteller bedeuten.

Wir haben uns auf die neue Normalität eingestellt.

Unser Befragungsteam wurde geschult und es wurde ein Hygienekonzept entwickelt, das den jeweiligen Markthygienekonzepten angepasst wird: zum Schutz der Befragten, anderer Shopper, des Verkaufspersonals und unserer Interviewer. Damit konnten wir sehr gute Erfahrungen sammeln und erfolgreich Befragungen, begleitete Einkäufe und Kundenlaufstudien - auch im Ausland - durchführen.

Der Handel steht dem Neustart positiv gegenüber.

Auch die Bereitschaft des Handels für Marktforschung am POS ist wieder da! Insights zum New Normal als Basis für wichtige Entscheidungen für Marketing und Vertrieb.

Lernen Sie Ihren Shopper neu kennen!