

# SHOPPER RESEARCH BOX®

VERFAHREN ZUR ANALYSE DES KAUFVERHALTENS AM POS

## FACTS & INSIGHTS

Die g/d/p Shopper Research Box® erfasst automatisiert das reale Kaufverhalten direkt am POS – vom Zugriffsverhalten bis zur Kaufentscheidung. Das Tool liefert valide, faktenbasierte Entscheidungsgrundlagen für die Optimierung von Sortiment, Platzierung und Kundenführung im Markt – flexibel, umfassend und datenschutzkonform.



### TOOL

- **Patentiertes Verfahren** zur Analyse des Kaufverhaltens am POS
- Durch diese Technologie werden **alle Interaktionen** am POS erfasst (sehr hohe Fallzahlen sind möglich)
- **Vielseitig und flexibel** einsetzbar, Datenschutz gewährleistet

### BEISPIEL HOTSPOTS AM REGAL

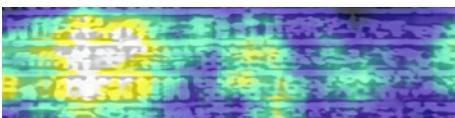


Abb.: Frequenz-Wärmekarte



### INSIGHTS

#### GENERELLES SHOPPER VERHALTEN

- Frequenz
- Such- und Orientierungsverhalten
- Verweildauer
- Regaldurchblutung (Hot Spots/Cold Spots)
- Konversionsraten
- Abbrecher
- Potentialausschöpfung
- Shopper Typen

#### FOKUS KATEGORIE

- Funktionsweisen der Kategorien
- Zugriffsverhalten innerhalb und zwischen den Kategorien

#### FOKUS MARKE

- Identifikation der Ankermarken
- Parallelkäufe
- Konversionsraten im Vergleich

#### FOKUS PRODUKT

- Abstrahleffekte
- Parallelkäufe
- Suchzeiten
- Out of Stock

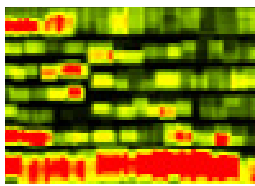


## ANWENDUNGSFELDER

### REGAL-OPTIMIERUNG

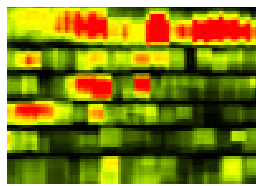
- Klare Definition der Optimierungsbereiche
- Verbesserung der Regaldurchblutung
- Optimierung der Segmentabfolge
- Anpassung der Platzierungsbreiten

### ANALYSE HOT SPOTS / COLD SPOTS



Durchblutungs-Score bei Reagllayout **A**

**110**



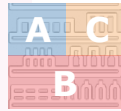
Durchblutungs-Score bei Reagllayout **B**

**95**

### OPTIMIERUNG DER PRODUKT- UND MARKEN-PERFORMANCE IM REGAL

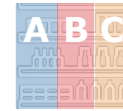
- Generelle Anordnung der Markenblöcke
- Positionierung der Ankermarken
- Optimierung der Konversionsraten
- Identifikation der optimalen Position und Facinganzahl einzelner Produkte

### MARKENPERFORMANCE



Durchblutungs-Score bei Reagllayout **A**

**80**



Durchblutungs-Score bei Reagllayout **B**

**115**



### GESTALTUNGS-OPTIMIERUNG

**KONVERSION**  
(Frequenzzugriff)  
bei Variable **A**

**4%**

**KONVERSION**  
(Frequenzzugriff)  
bei Variable **B**

**9%**



### ZWEITPLATZIERUNGS-OPTIMIERUNG

- Standortoptimierung im Markt
- Gestaltungsoptimierung Ihrer Displays
- Definition des optimalen Display-Sortiments
- Impulskraft Ihrer Marken im Vergleich zu Wettbewerbern

### KONVERSION-TESTS

- A-B Tests (Preis Promo, Platzierung)
- Optimale Platzierung Ihrer Marke
- Ideale Position Ihrer Neuprodukte
- Frequenz-Kaufumwandlung mit/ohne POS Promos



**PLATZIERUNG A-B**



**NEUPRODUKT A-B**



**PREIS A-B**



**PROMO A-B**

