

Ein Regal, das mehr kann... der virtuelle Regaltest der Gruppe Nymphenburg

Exploration der Kaufentscheidung inkl. Verhalten am Regal auf einfache und flexible Weise auf Basis valider Ergebnisse – das virtuelle Regal der Gruppe Nymphenburg

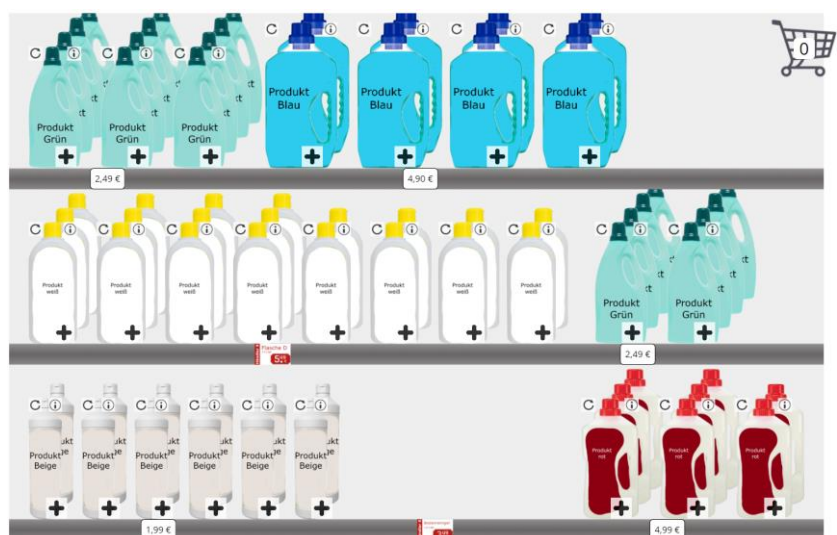
Häufig sind Kaufentscheidung und Verhalten im Wettbewerbsumfeld wichtige Kennziffern bei Shopper-Insights. Um teure und aufwendige Regaltest beim Handel zu vermeiden, gibt es jetzt das neue virtuelle Regal:

Neuprodukt Wie funktioniert mein neues Produkt im Wettbewerbsumfeld im Regal? Wird es wahrgenommen, erzielt es genügend Aufmerksamkeit? Erzielt es genügend Käufer?

Preistest Was passiert mit den Marktanteilen, wenn sich Preise am Regal ändern – Preise sich erhöhen oder reduzieren.

Verpackung Wie kommt Designänderung beim Verbraucher an? Wie reagieren Käufer auf ein überarbeitetes/neues Design, wie sehr gefällt es Wettbewerbskäufern? Welche Chancen und Risiken zeigen sich im Regalumfeld?

- (1) Erfassen von Verhaltensdaten (z.B. Produkte im relevant Set, Entscheidungsreihenfolge etc.)
- (2) Einfaches drehen des Produktes mit der Möglichkeit, die Produkt-rückseite zu lesen.
- (3) Hochgradig flexibel bei der Anzahl an Facings.
- (4) Simulation eines „breiten“ Regals, an dem der Kunde entlanglaufen muss.
- (5) Darstellung mit Tiefeneindruck
- (6) Jederzeit abrufbare Zusatzinformationen zum Produkt
- (7) Einsatz auf Smartphone oder Tablets
- (8) und viele mehr ...



Ein Regal, das mehr kann... der virtuelle Regaltest der Gruppe Nymphenburg

Neben einer validen Bestimmung der Kaufentscheidung werden Verhaltensinformationen des Käufers erfasst:

- Welche Produkte werden im Entscheidungsprozess berücksichtigt („Relevant Set“)?
- In welcher Reihenfolge werden die Produkte im Entscheidungsprozess berücksichtigt („Entscheidungs-Funnel“)
- Wie lange benötigt der Kunde für den Kauf; vom ersten „Blick“ bis zum „verlassen“ des Regals („Komplexitäts-Index“)?
- Welcher Bereich eines Regals wird in der Entscheidungsfindung berücksichtigt („Regalnutzungs-Quote“)
- Gibt es Entscheidungskorrekturen, weil man ein besseres Angebot gefunden hat?

Mit Hilfe der Beobachtungen können zusätzliche Kennziffern bei der Kaufentscheidung erhoben werden und fließen in die Insights ein.

Vorteile für ...

Hersteller:

- Test nur mit Dummy/Bild
- keine teuren Regalumbauten
- Preis-Tests, Design-Tests oder Neuprodukte ohne Handels-aquise

Handel:

- Test kompletter Warengruppe
 - Vorbereitung auf Listungs-gespräche

Darstellungsbeispiel auf einem Smartphone oder Tablet



Ihre Ansprechpartner

Sören Ott
s.ott@nymphenburg.de

Volker Dobler
v.dobler@nymphenburg.de

Exzellente Marktforschung
Kategorie-Expertise
Projekterfahrung
Handelserfahrung



Gruppe Nymphenburg – die Kundenversther. Die Gruppe Nymphenburg Consult AG, München, ist seit 50 Jahren das führende Spezial-Beratungsunternehmen für Händler, Markenhersteller und Dienstleister. Für Ihren Markterfolg - heute und morgen - bieten Ihnen unsere Experten aus Wissenschaft und Praxis ein umfassendes Verständnis über den Endkunden und von Ihrem Geschäft bzw. Ihrer Branche. Sie werden von uns insight-basiert beraten, bei der Umsetzung begleitet – bis zur erfolgreichen Implementierung.