

360°CATEGORYtracker® für ein shopperzentriertes Category Management

DURCH SHOPPER INSIGHTS ERFOLGSPOTENZIAL IM MARKT ERSCHLIESSEN

Mit dem 360°CATEGORYtracker generieren wir neue, relevante Shopper Insights, um die Shopperzentrierung im Category Management voranzutreiben. Der 360°CATEGORYtracker liefert Erkenntnisse darüber, was den relevanten Shopper Groups in der Kategorie wichtig ist und mit welchen Touchpoints Shopper Groups tatsächlich in Berührung kommen.

Mit dem 360°CATEGORYtracker beantworten wir Ihre Fragen rund um die Themen Category Management insbesondere Kategorie-Definition (Einkaufsverhalten) und Kategorie-Taktik (Marktbearbeitung, Kanäle und Touchpoints):

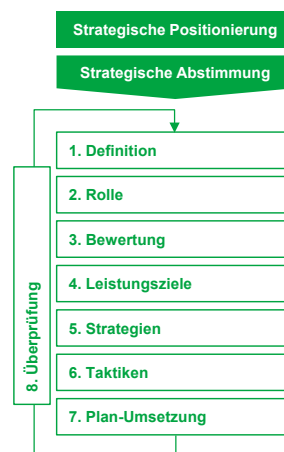
- Was ist Shoppern beim Kauf in einer Kategorie besonders wichtig?
(z.B.: Marken, Preis, Services, ...)
- Welche Projekte planen die Shopper Groups?
(z.B.: Garten, Garage, Keller,...)
- Welche Projekte haben sie abgeschlossen?
- Was sind Trends und Potenziale in der Kategorie?
- Wo steht die Konkurrenz?
- Was sind die Schlüssel-Touchpoints in der Shopper Journey?

Das Basisangebot des 360°CATEGORYtracker umfasst die folgenden Punkte:

- Branchenumfassende Onlinebefragung von Shoppern in der Kategorie (Kunden und Nicht-Kunden).
- Identifikation und Profilierung der relevanten Shopper Groups.
- Erhebung von Insights im Themenbereich Kategorie-Definition und Kategorie-Taktik.
- Touchpoint-Universum bestehend aus 60 zu untersuchende Touchpoints (analog / digital, owned / paid / earned).

Business Impact: Der 360°CATEGORYtracker...

- identifiziert die relevanten Shopper Groups in der Kategorie und ermöglicht so eine Abstimmung der Massnahmen im Category Management auf die tatsächlichen Bedürfnisse der Shopper („Shopperzentrierung“).
- bietet eine Faktenbasis für die Kategorie-Definition auf Grundlage von Shopper Insights.
- erlaubt eine Ansprache der Shopper Groups auf den Touchpoints, welche die Shopper auch wirklich nutzen. Streuverlust in der Marktbearbeitung wird so systematisch reduziert.
- liefert eine belastbare Entscheidungsgrundlage für den Kategorie-Plan, erhöht so die Planungssicherheit und ermöglicht Zusatzverkäufe.



©ECR-DACH 8-Schritte-Prozess

Partner:



Solution
Partner