

ShopperTrends 2009

Lär känna dina kunder och deras utmaningar

För leverantörer blir det allt viktigare att förstå sina kunder och deras kunder. I oroliga tider är det ännu viktigare. ShopperTrends-rapporten innehåller ovärderlig information om vem som handlar var och varför. Den ger insikt i vilka faktorer konsumenterna värderar vid val av butik och hur de i dagsläget uppfattar att de olika butikskoncepten uppfyller deras krav och önskemål.

ShopperTrends är därför ett mycket användbart verktyg, både strategiskt och taktiskt. Med kunskaperna om era kunders styrkor och svagheter kan den hjälpa er att bli kunniga rådgivare till era kunder. Tillsammans kan ni arbeta för att säkerställa era kunders attraktionskraft och kundlojalitet och på så vis stärka ert gemensamma samarbete.

ShopperTrends - ett nyckelverktyg

- Det handlar om era kunder (kedjorna)
- Det handlar om konsumenterna
- Den är unik – rapporten finns i mer än 50 länder och använder Nielsen I Winning Brands Store Equity-modell

ShopperTrends Sverige

- Konsumentundersökning baserad på 3 000 intervjuer
- Täcker både kedjorna inom dagligvaruhandeln och servicehandeln
- Även i år finns specialrapporten - ShopperTrends Personal Care

Nytt för i år:

- Prisökningens effekt på inköpsvanor - köper vi mindre nu?
- Private Label - kännedom, attityd och köp i utvalda kategorier
- Extra avsnitt om receptfritt

Rapporten är på engelska och levereras som pdf.

Är ni intresserade av flera marknader än den svenska?

ShopperTrends finns i mer än 50 länder och används frekvent som diskussionsunderlag i kommunikation mellan leverantör och kedja. I år finns även USA med för första gången.

För mer information vänligen kontakta din ordinarie kontaktperson på The Nielsen Company, tel. 08-453 25 00.



ShopperTrends ger svar på följande frågor:

- Vilken kedja har starkast varumärke?
- Vilka kedjor har starkast relation till sina kunder?
- Vilka faktorer är viktigast för kunden när de väljer butik?
- Vilka är faktorerna som skiljer en kedja från en annan?
- Vad bör butiken inrikta sig på för att fånga nya kunder och binda upp tillfälliga kunder?
- Vilken demografisk profil har respektive kedjas kunder?