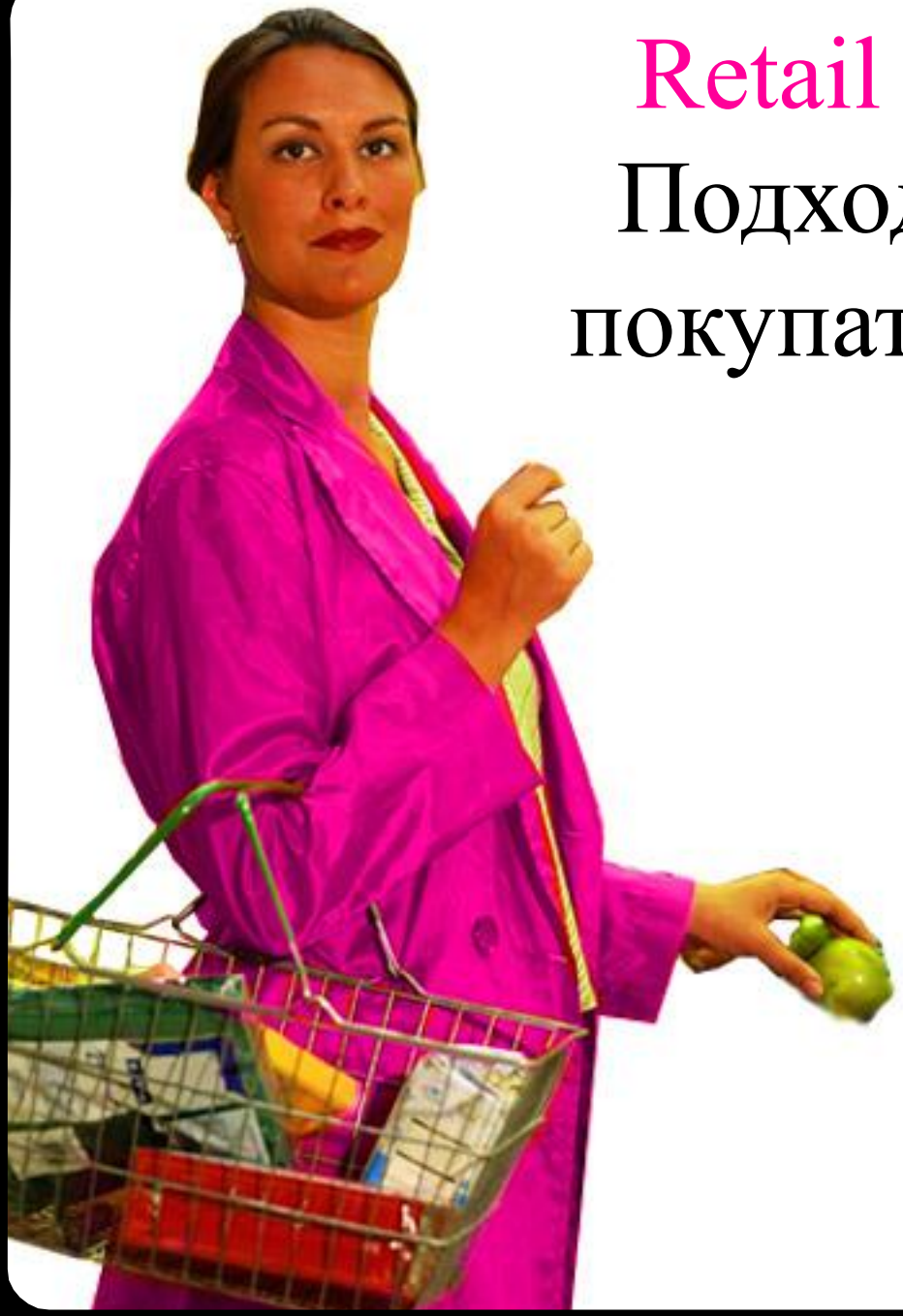


Retail and Shopper Insights

Подход TNS к пониманию покупательского поведения в сфере розничной торговли

Александр Панкин

tns retail forward
tns sorensen

Основные направления исследований

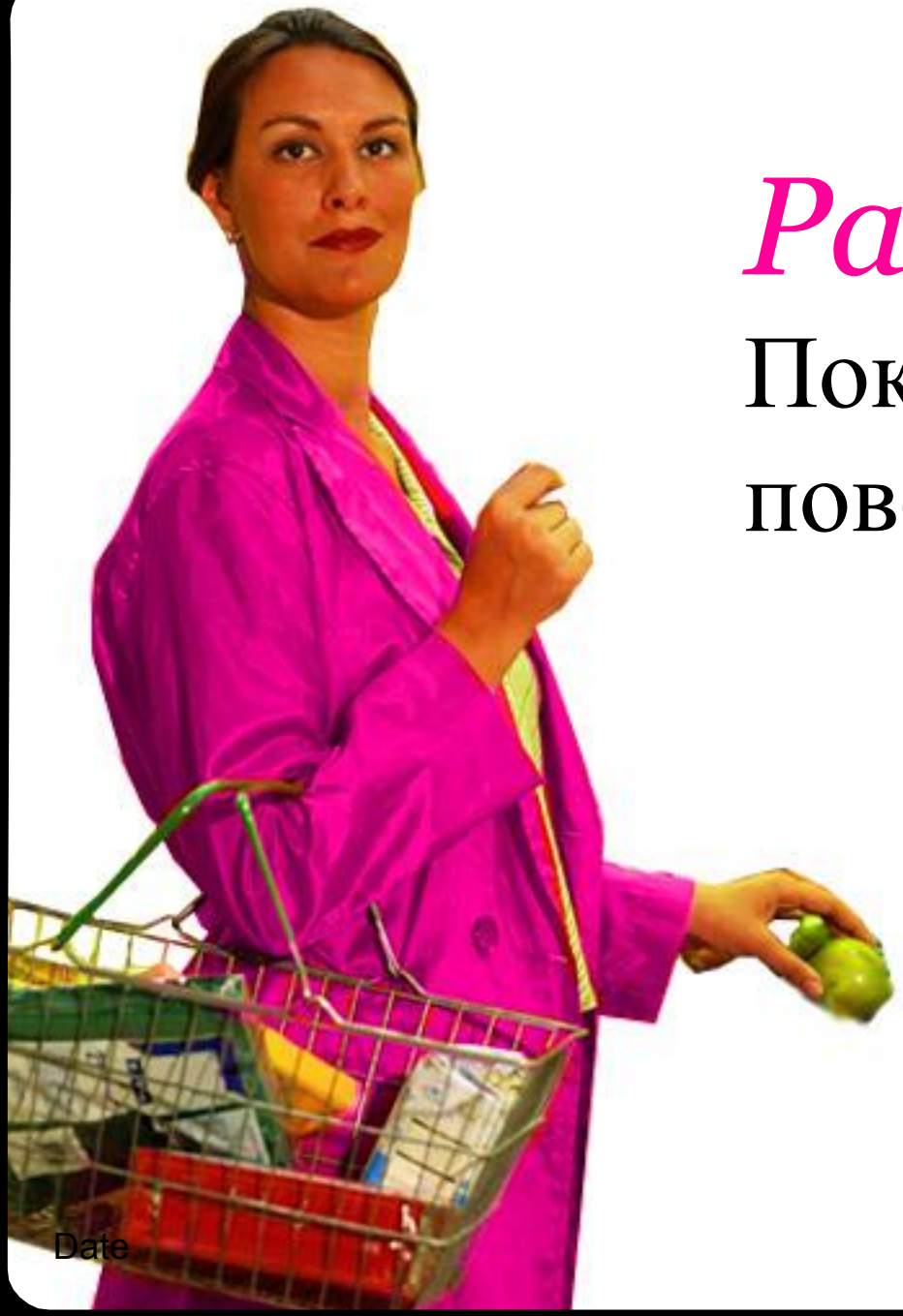
*

Покупательское поведение

Тестирование в магазине

Маркетинг в магазине

Дерево принятия решений

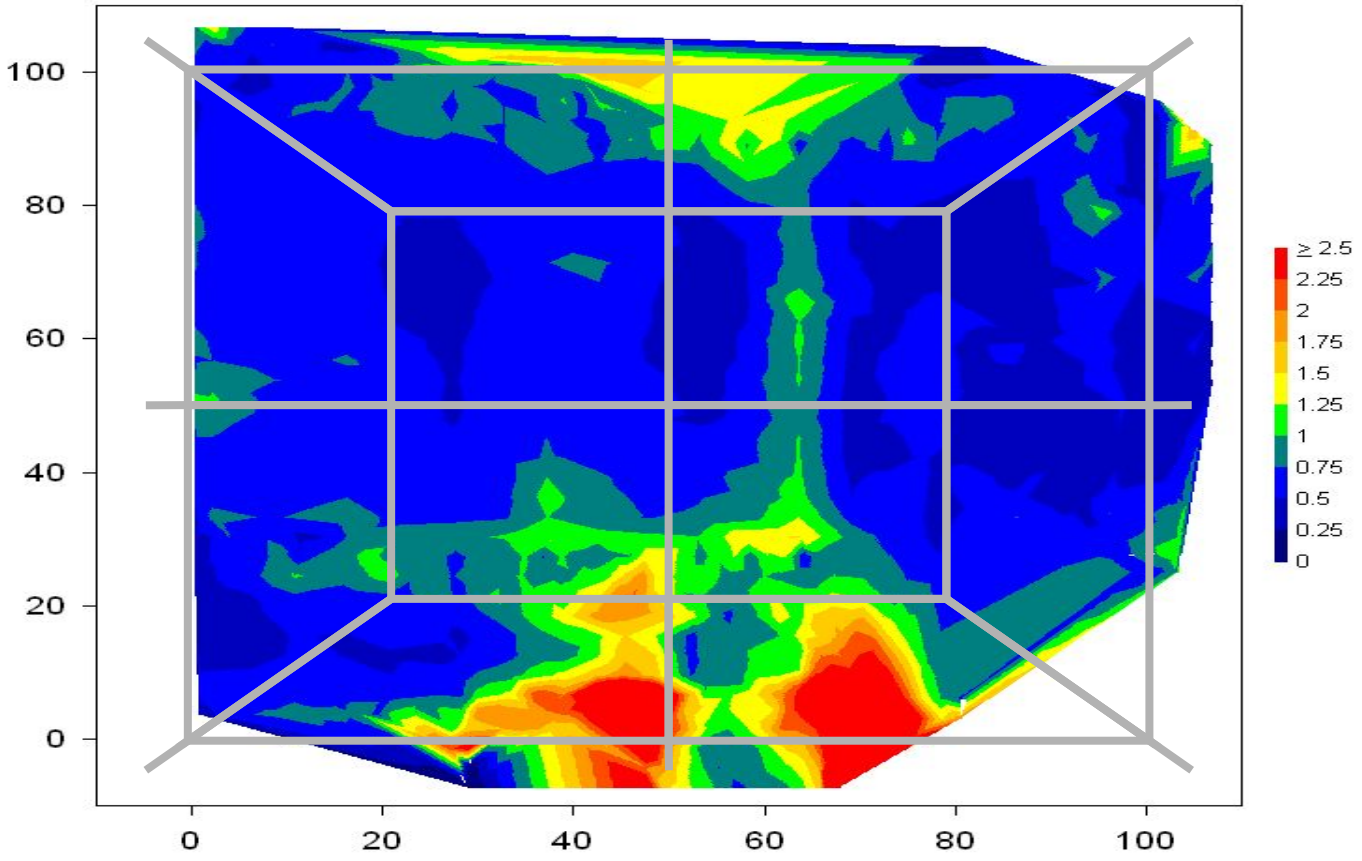


PathTracker®

Покупательское поведение

PathTracker®

Плотность потоков



PathTracker®

Время на покупки

Начало маршрута:

BuyTime™ = 28.2 секунды

Сложная упаковка

Конец маршрута:

BuyTime™ = 8.5 секунд

Простая упаковка

PathTracker®

Посетители/Исследователи/Покупатели

Нишевые **Редко останавливаются но часто покупают**	**Лидеры** **Часто останавливаются и покупают**
Не развитые **Редко останавливаются, редко покупают**	**Высокий интерес** **Часто останавливаются но редко покупают**

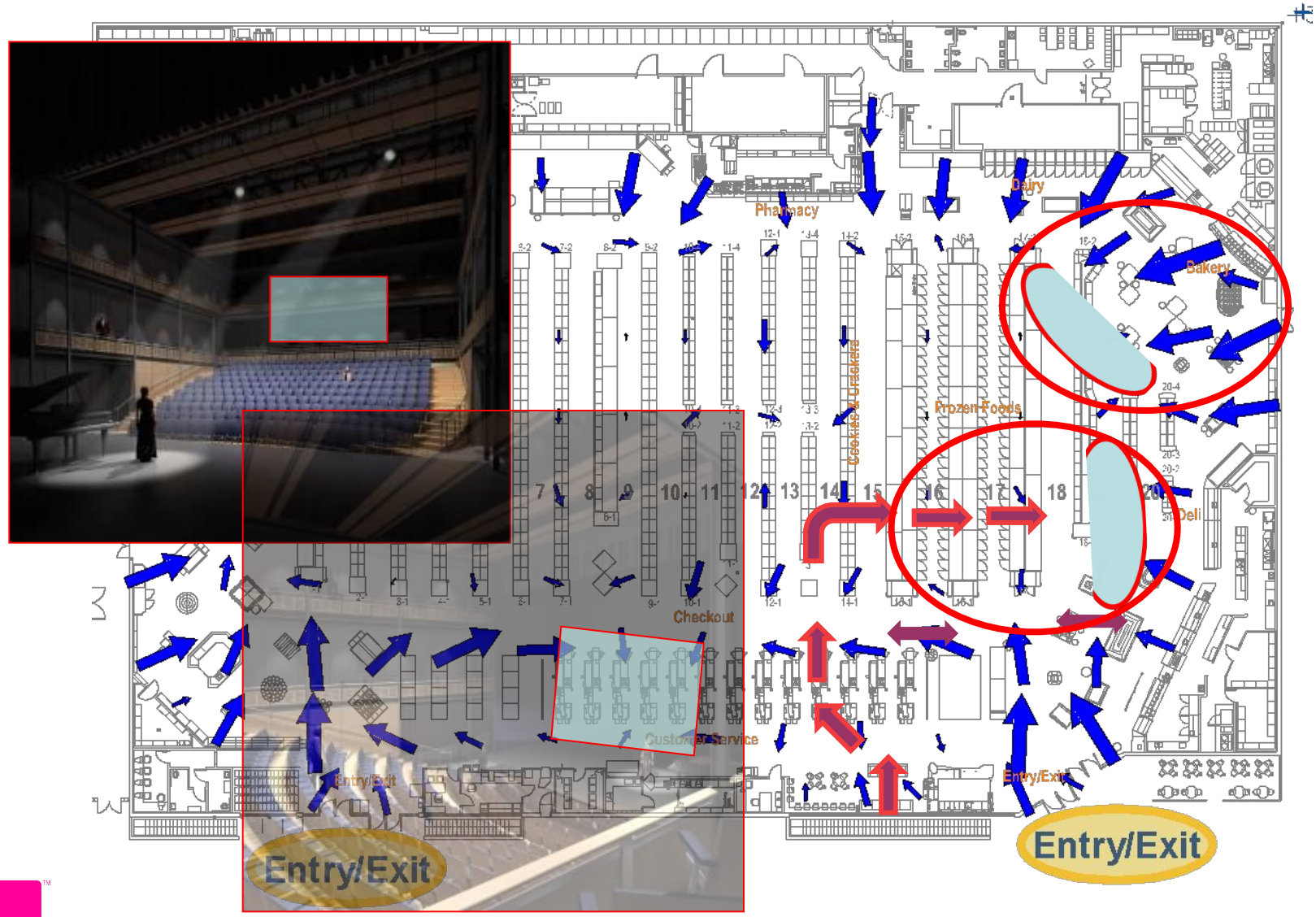
- **Нишевые** категории должно быть хорошо видно
- Категории **Лидеры** имеет смысл разместить в самых посещаемых местах, установить дополнительные дисплеи
- Категории **высокого интереса** ассортимент, цена, упаковка, позиционирвание…

PathTracker®

Направление потоков

PathTracker®

Направление потоков



EyeCam

Уникальный инструмент исследования

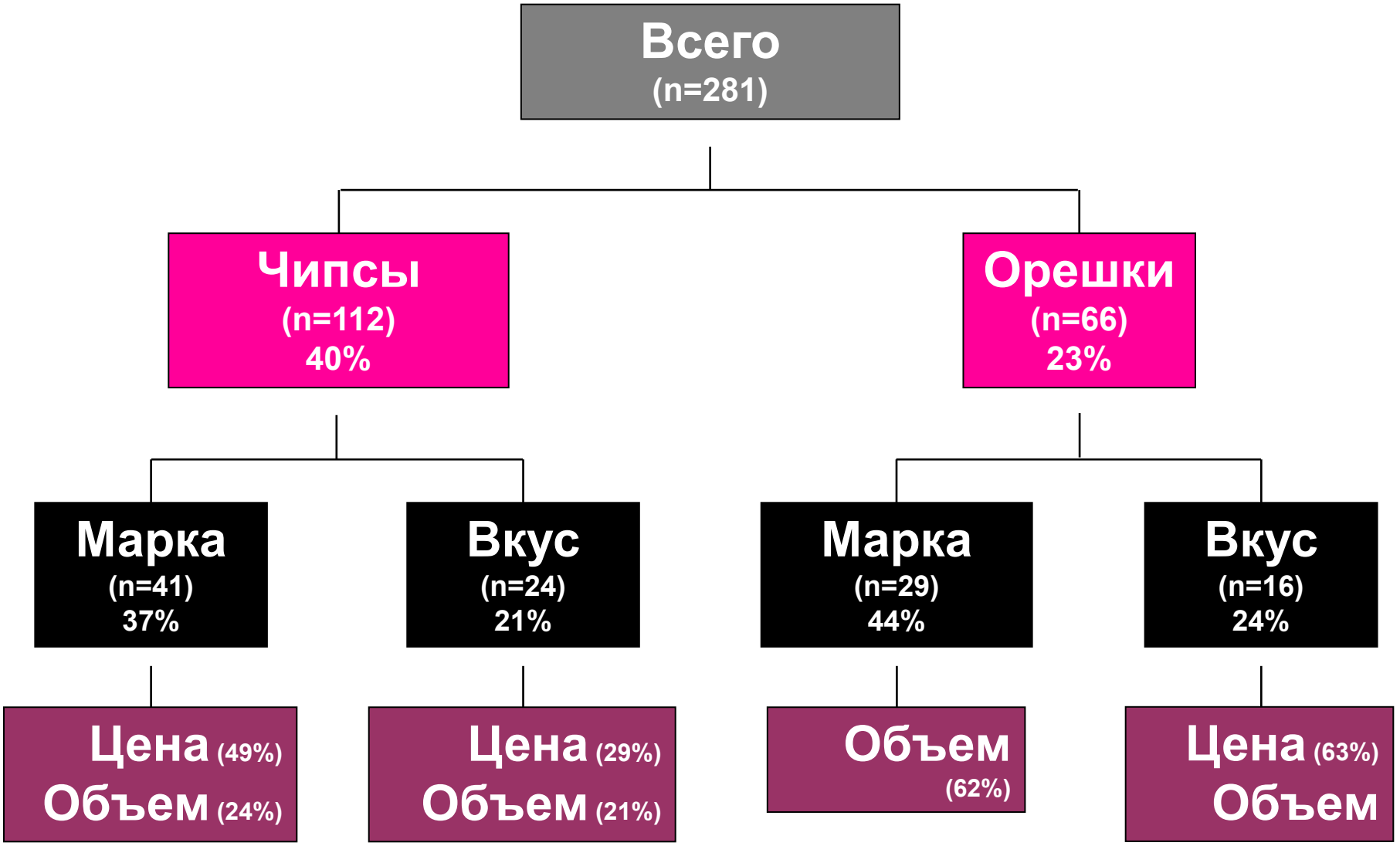
- маршрут
- секции
- время на покупки
- conversion
- поле зрения покупателя
- изучение товаров
- покупка
- промо и рекламные материалы

PathTracker®

Основные измерения

Иерархия в принятии решения о покупке

*



Иерархия в принятии решения о покупке

Dominant Traffic Flow

Dominant Traffic Flow

Cold
vault/fountain
Restroom

Тест в магазине

- Новый продукт
- Новая упаковка
- Новая выкладка товара
- Реклама в месте продаж
- Организация полки

Основные направления исследований

*

Покупательское поведение

Тестирование в магазине

Маркетинг в магазине

Дерево принятия решений

*

Спасибо за внимание!