

Consumer



Sektor Consumer ponúka výskumy šité na mieru ako aj kontinuálne merania a analýzy spotrebiteľského správania pre výrobcov, vlastníkov značiek a predajcov produktov rýchloobrátkového tovaru.

Sektor Consumer predstavuje najväčší tím v rámci globálnej skupiny TNS, pričom zamestnáva viac ako 1 000 ľudí na celom svete.

Oblasť pôsobenia

V oblasti rýchloobrátkového tovaru každodennej spotreby (FMCG) zrealizoval sektor Consumer stovky projektov nielen pre množstvo domácich, ale aj medzinárodných klientov. Postupne získaval rozsiahle skúsenosti vo viacerých kategóriách FMCG:

- nealkoholické nápoje, káva, čaj
- pivo a ostatné alkoholické nápoje
- cigarety
- mliečne výrobky, margaríny, nátierky
- balené dehydrované výrobky

- cestoviny
- horčice, kečupy
- čokolády, čokoládové výrobky, obličky, cukríky
- slané výrobky
- zmrzlina
- mrazené potraviny
- kozmetika, osobná hygiena, drogistický tovar (napr. pracie a čistiace prostriedky) a iné

Naše rozsiahle skúsenosti v tejto oblasti ako aj dlhodobá spolupráca s najväčšími výrobcami poskytujú garanciu správneho dizajnu, metodiky, dotazníka, ale aj analýzy a interpretácie, a to vrátane zasadenia výsledkov do širšieho kontextu trhu v danej kategórii výrobkov.

Prieskumy v oblasti FMCG

S niektorými klientmi spolupracujeme dlhodobo, pripravujeme pre nich ako ad-hoc projekty tak aj kontinuálne štúdie. Klientom okrem realizácie výskumných projektov ponúkame aj naše niekoľkoročné skúsenosti a pohľad na problematiku rýchloobrátkového tovaru a vývoja trhu.



Medzi typické štúdie v tomto sektore patria:

- **optimalizácia cien a produktov**
 - štúdie cenovej citlivosti produktov
 - produktové testy
 - testovanie cien a ich optimalizácia
- **hodnotenie konceptov reklám**
 - testovanie reklamy v štádiu vývoja alebo po uskutočnení kampane
 - trackingové štúdie reklamy
 - kontinuálne meranie účinnosti kampaní
- **segmentačné štúdie, popis a meranie trhu**
 - segmentácia, mapovanie zvyklostí spotrebiteľov a ich potrieb
 - znalosť a využívanie produktov
 - motívatory ku kúpe
- postoje spotrebiteľov
- odhad veľkosti potenciálneho trhu, meranie ponuky a pod.
- **imidž a pozicioning značky**
 - imidž značky
 - pozicioning
 - stratégia značky
 - určenie cieľovej skupiny a atraktívneho konceptu pre nový produkt či službu
- **stakeholder management**
 - skúsenosti, spokojnosť a lojalita zákazníkov
 - spokojnosť a motivácia zamestnancov
 - reputácia spoločnosti
 - spoločenská zodpovednosť firiem
- **plánovanie a kontrola predaja založené na interných a externých dátach**
 - štúdie zamerané na distribučné kanály
 - overenie kvality distribúcie
 - Mystery Shopping

Naše značkové riešenia prinášajú pridanú hodnotu pre klientov pri vývoji alebo zavádzaní nových produktov, pri optimalizácii reklamných výdavkov, pri definovaní nových trhových segmentov či pri upevňovaní postavenia značky na trhu.

Okrem značkových riešení poskytuje sektor Consumer nielen konzultáciu a poradenstvo, ale aj riešenia všetkých kľúčových otázok, akými sú hodnota značky, nákupné správanie, možnosti rastu na nových trhoch a medzinárodná expanzia.