

Spoznajte svojich zákazníkov



Marketéri musia čeliť zložitým časom. Dnes oveľa ťažšie získavajú nových zákazníkov, nakoľko títo sú oproti minulosti lepšie informovaní. Obchodníci vyhľadávajú také aktivity, ktoré skôr podporia ich produktové kategórie ako samotný rast značky. Zároveň majú len minimálne znalosti o tom, ako sa spotrebitelia skutočne správajú v obchode.

Správanie nakupujúcich ovplyvňuje množstvo zrealizovaných nákupov, pričom každý z týchto nákupov je jedinečný. Pochopenie každého jedného nákupu – pokiaľ ide o zákazníka, nákupné poslanie, nákupný proces a príležitosť – je kľúčom pre podnietenie zákazníkov k ďalšiemu nákupu. Marketéri môžu rast dosiahnuť jedine tak, že budú častejšie oslovovať viac zákazníkov.

Cesta nákupu sa neustále vyvíja

Nákupný proces začína vždy potrebou a končí samotným nákupom. Na tejto ceste sú nakupujúci neustále ovplyvňovaní aj ďalšími faktormi, ktoré pred realizáciou samotného

nákupu nebrali do úvahy. Rozdiel medzi spotrebiteľom a zákazníkom sa zmenšil, online a offline sa k sebe viac priblížili a mobilné technológie spôsobili, že zákazníci nakupujú 24 hodín, 7 dní v týždni.

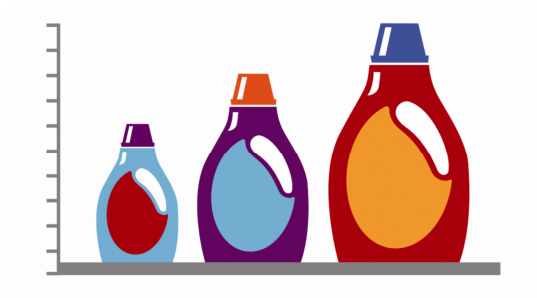
TNS pomáha klientom pochopiť, kde, kedy a ako môžu zákazníkov ovplyvniť. Zostavili sme kompletný obraz o nákupnom správaní, na základe ktorého klienti spoznajú a prekonajú prekážky v maloobchodnom prostredí.

Komplexná ponuka

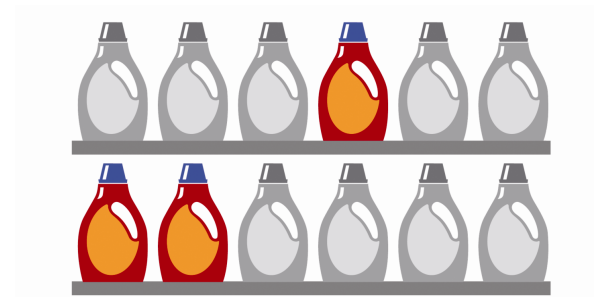
Pochopenie nákupného správania, motivácie a nákupného rozhodnutia zákazníkov pomáha

naším klientom vyvíjať, testovať a implementovať stratégie a taktiky pre dosiahnutie rastu. Využíva širokú škálu výskumných techník – od najmodernejších virtuálnych technológií až po pozorovanie v obchodoch; kombináciou kvantitatívnych a kvalitatívnych techník získajú klienti odpovede na mnoho otázok o spotrebiteľskom správaní.

Klientom ponúkame tri komplexné riešenia zamerané na nákupné správanie.

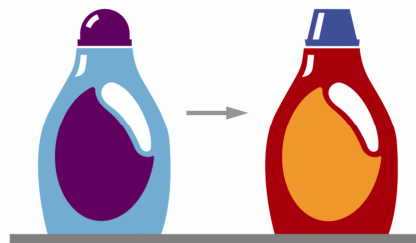


Shopper Dimensions poskytuje základné poznanie všetkých marketingových stratégií zameraných na zákazníkov. Znalosťou všetkých spotrebiteľských potrieb definuje príležitosti pre rozvoj predajných miest, produktov a komunikácie, ktoré môžu osloviť viac nakupujúcich.



Shopper Decisions poskytuje podrobný výskum nákupného správania priamo v predajni. Zameriava sa na fázy vyhľadávania a výberu produktov, kde a kedy sa tieto rozhodnutia realizujú, a ako zvýšiť podiel konkrétnych produktov na celkovom nákupe.

Shopper Directions testuje iniciatívu zákazníkov v reálnom prostredí; a to pomocou simulovaných, virtuálnych 3D regálov ako v online tak aj offline prostredí. Zmeny obalov, miesto predaja ako aj rozmiestnenie produktov



v regáloch sú testované v kontrolovanom prostredí. Na základe toho zistíte, ktoré faktory skutočne pomáhajú zvyšovať predaj a priaznivo vnímať značku.

Líder v oblasti prieskumov nákupného správania

TNS Retail & Shopper má oveľa viac skúseností a lepšiu know-how ako ktokoľvek iný. Len v roku 2011 sme v tejto oblasti zrealizovali viac ako 2000 projektov vo viac ako 50 krajinách.

Svet nákupných znalostí

TNS je súčasťou skupiny Kantar, jednej z najväčších celosvetových skupín v oblasti marketingového prieskumu a poradenstva. TNS patrí aj do siete WPP. Spolupracujeme s odborníkmi, ktorí sú súčasťou týchto dvoch sietí. Klientov tak prevádzame cez celý spotrebiteľský cyklus ako jeden tím.

O TNS

Na základe dlhoročnej expertízy a popredných riešení radí TNS svojim klientom pri ich špecifických stratégiách rastu, či už pri vstupe na nové trhy, inováciách, prechode zákazníkov medzi značkami či riadení vzťahov so zákazníkmi a zamestnancami. Skupina TNS, ktorá pokrýva 80 krajín, zrealizovala so spotrebiteľmi viac rozhovorov ako ktokoľvek iný, a preto dokonale pozná individuálne ľudské správanie a postoje spotrebiteľov v každom kultúrnom, ekonomickom a politickom regióne.



Pre viac informácií nás kontaktujte na info@tns-global.sk alebo navštívte www.tns-global.sk.