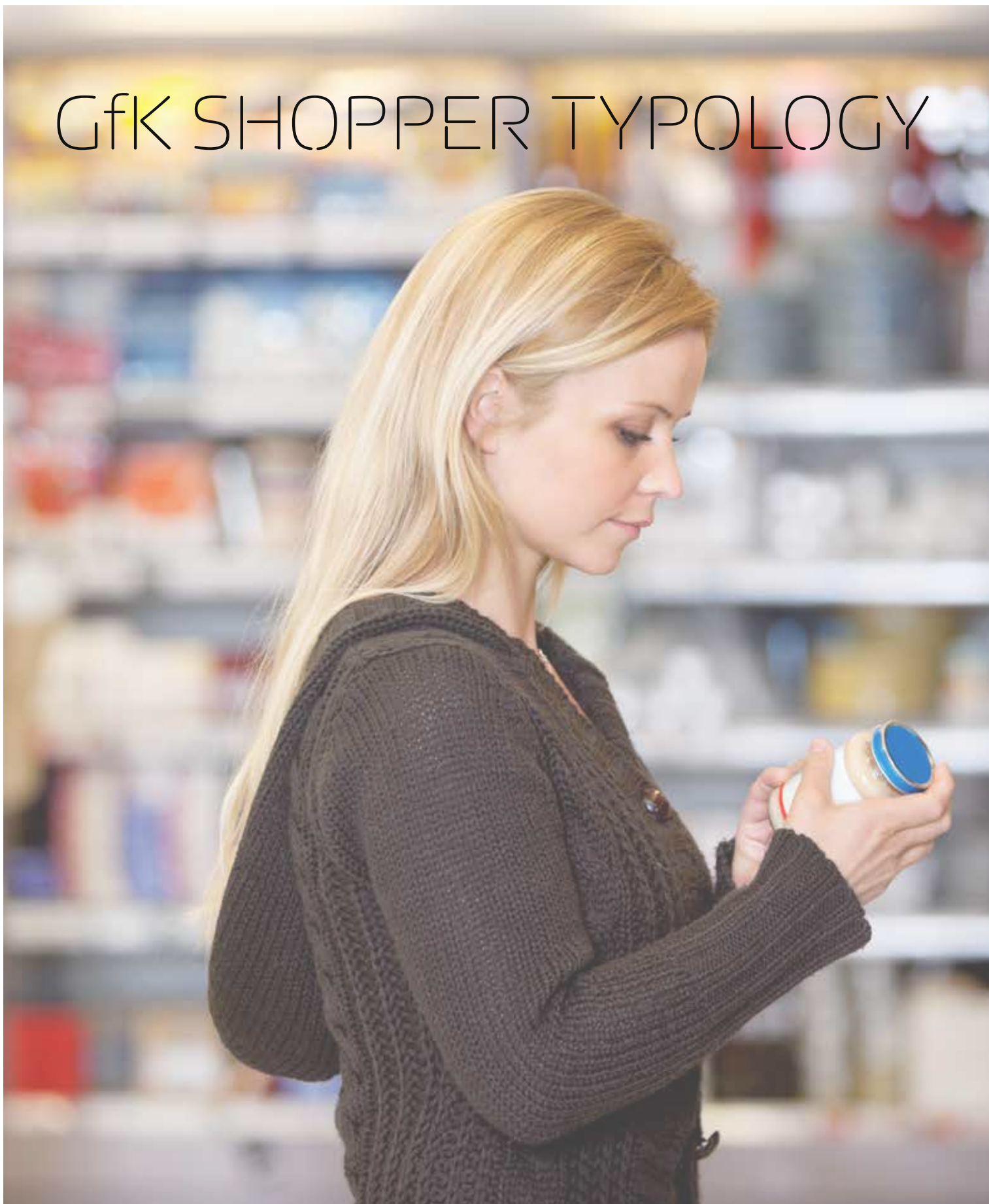


GfK SHOPPER TYPOLOGY



GfK SHOPPER TYPOLOGY

GfK Shopper Typology je volně prodejná studie, která nabízí komplexní segmentaci nakupujících na trhu s rychloobrátkovým zbožím. GfK Shopper Typology sleduje 5 nákupních typů, jejich nákupní styl, postoje k nakupování, motivátory a rozhodovací proces, preferovaná nákupní místa po formátech a po řetězcích, věrnost prodejnám, sociodemografický profil a tržní potenciál.

U jednotlivých nákupních typů studie sleduje

- » postoje k nakupování, co pro ně nakupování znamená
- » klíčové faktory při výběru prodejny
- » očekávání od prodejny
- » nákupní styl
- » preferovaná nákupní místa po formátech, po řetězcích
- » tržní potenciál a kupní síla segmentu
- » vztah k národním a regionálním potravinám
- » práce s letáky
- » základní sociodemografické charakteristiky



5 nákupních typů

- » „kvalitně pro rodinu“
- » “hodně a výhodně”
- » “levně a blízko”
- » “ze zvyku”
- » “rychle!”

Dostupnost a cena studie

- » cena první kopie (ČJ nebo AJ verze) je 89.900,- Kč
- » druhá jazyková mutace (ČJ nebo AJ verze) á 4.000,- Kč
- » je k dispozici v tištěné i elektronické podobě
- » ceny jsou uvedeny bez DPH

PRO VÍCE INFORMACÍ NÁS PROSÍM KONTAKTUJTE

Pavel Cabal | pavel.cabal@gfk.com | +420 251 117 549
nebo navštivte www.gfk.com/cz