

Från magkänsla till fakta med butiksexperiment

Det mänskliga medvetandet är begränsat. Många av människans handlingar är omedvetna och sker automatiskt. För att få reda på hur konsumenten beter sig i butik så är det bättre att undersöka beteendet än att ställa frågor.

Retail House erbjuder butiksexperiment med syfte att mäta effekten av olika insatser i butiken. Allt sker inom ramen för en vetenskaplig metod som är väl beprövad.

Vi kan testa de flesta insatserna i butik t.ex

- Kategoriombyggnad
- Exponeringslösningar
- POS-material
- Personalens beteende

Metod:

1. Hypotes som skall testas
2. Metod för experimentet
3. Genomförande
4. Statistisk analys och resultat
5. Presentation i form av film och PP

Med vetenskaplig utgångspunkt kombinerat med stor praktisk erfarenhet blir resultaten en solid grund för det fortsatta inom Shopper Marketing.



Genomförda uppdrag

Reitan - Hur mycket är ett leende värt för merförsäljningen?

Svenska spel - Vilken effekt har POS på synlighet och försäljning?

Arla - Är försäljningseffekten på demonstrationer beroende på veckodag?

Nikon - Vilken effekt har gaveexponering i julförsäljningen?

Resultat

- Vetenskapligt dokumenterat resultat
- Underlag för kommunikation till central handel och butik
- Insikter för vidare förbättringsarbete



Vill du veta mera?

Martin Moström
Strategisk rådgivare – Shopper Marketing
martin.mostrom@retailhouse.se
070-881 26 30



RETAILHOUSE
connecting shoppers & brands