



Ergebnisse Umfrage zum Thema Shopper Marketing 2010

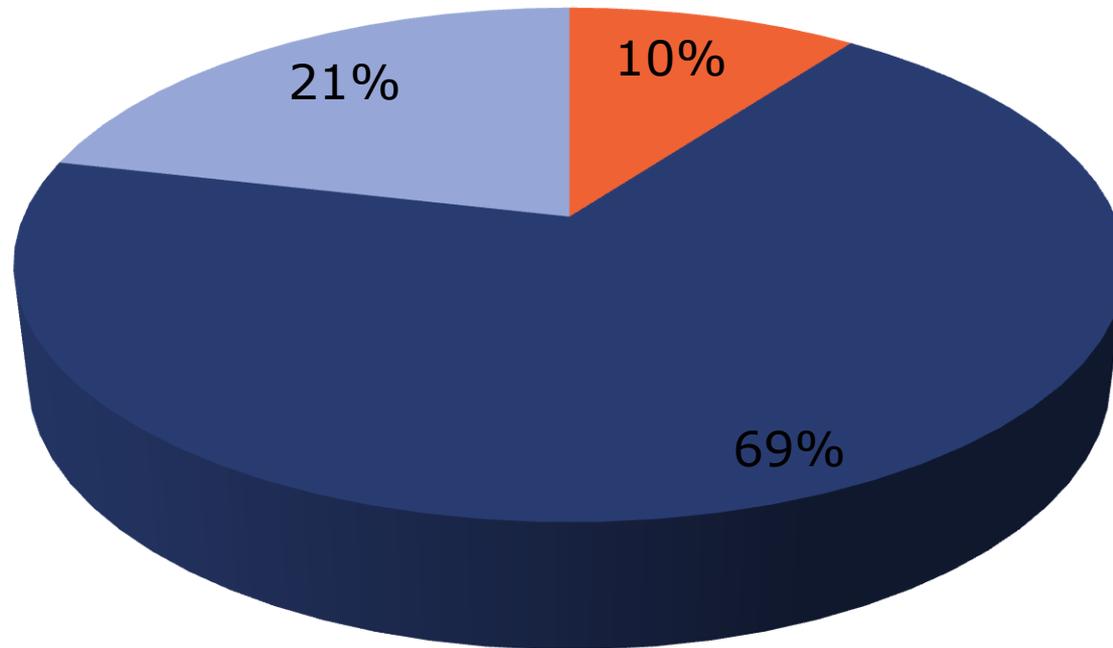


Umfrage Shopper Marketing

- Online-Umfrage über Internet-Tool „Survey Monkey“
- Zielgruppe: Marketing, Trademarketing, Produktmanagement, Einkauf, Vertrieb, CM
- Anzahl per eMail angeschriebener Unternehmen: 900
- Insgesamt haben 89 Unternehmen/Personen an der Umfrage Shopper Marketing 2010 teilgenommen
- Rücklaufquote: 10%
- Zeitraum: 09.Juli – 23. Juli 2010
- Incentive: Verlosung von drei iPod Nano
- Teilnehmer waren Vertreter aus den Bereichen Handel, Industrie und Dienstleistung

1. Unter welche Kategorie fällt Ihr Unternehmen?

■ Handel ■ Industrie ■ Dienstleister

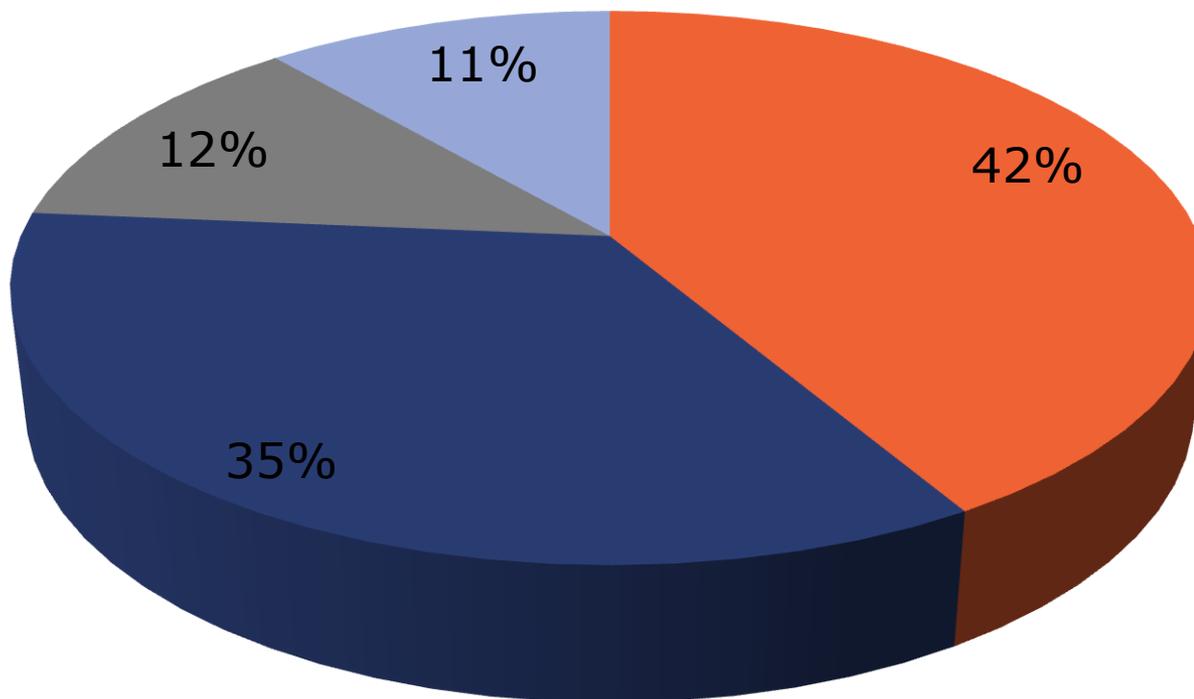


Mit 69% waren Industrieunternehmen die größte Gruppe dieser Umfrage



2. Welcher Umsatzgruppe gehört Ihr Unternehmen an?

- 0 - 500 Mio.
- 500 Mio. - 5 Mrd.
- 5 Mrd. - 15 Mrd.
- > 15 Mrd.

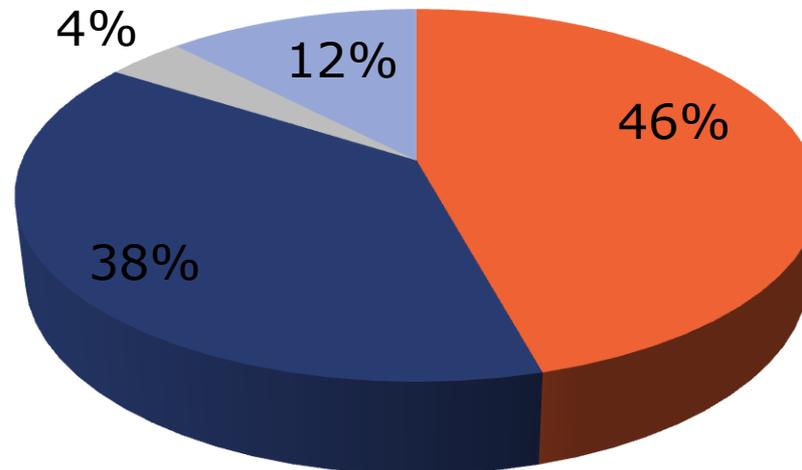


Mit 42% waren die meisten Unternehmen in der Umsatzgruppe 0 – 500Mio.



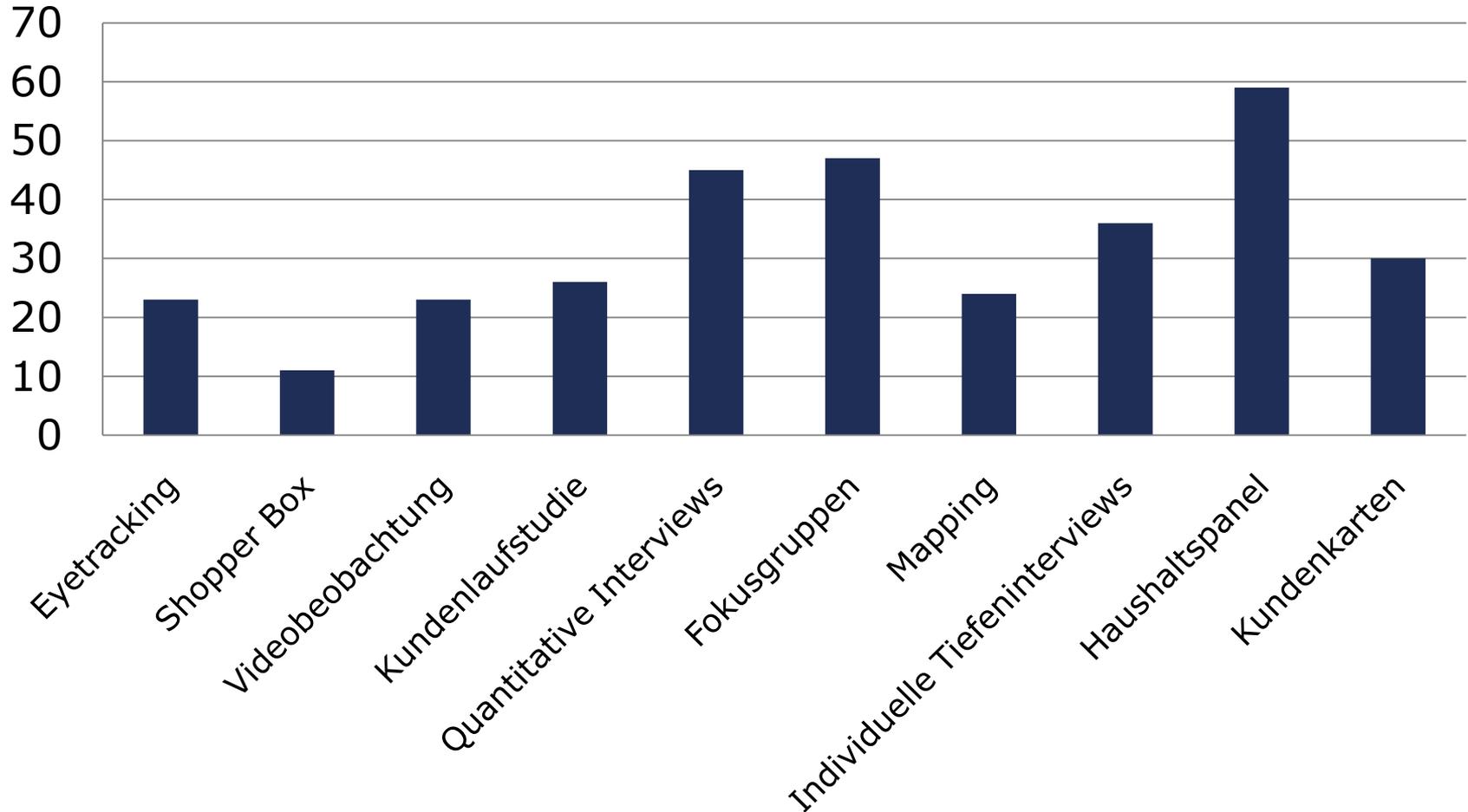
3. Ist das Thema Shopper Research grundsätzlich für Sie im Tagesgeschäft interessant ?

- Ja, wir führen selber Shopper Research-Projekte durch
- Ja, wir verwenden Shopper Reserach-Ergebnisse
- Nein, es besteht kein Interesse
- Unser Unternehmen hat noch keine Erfahrungen mit diesem Thema gemacht



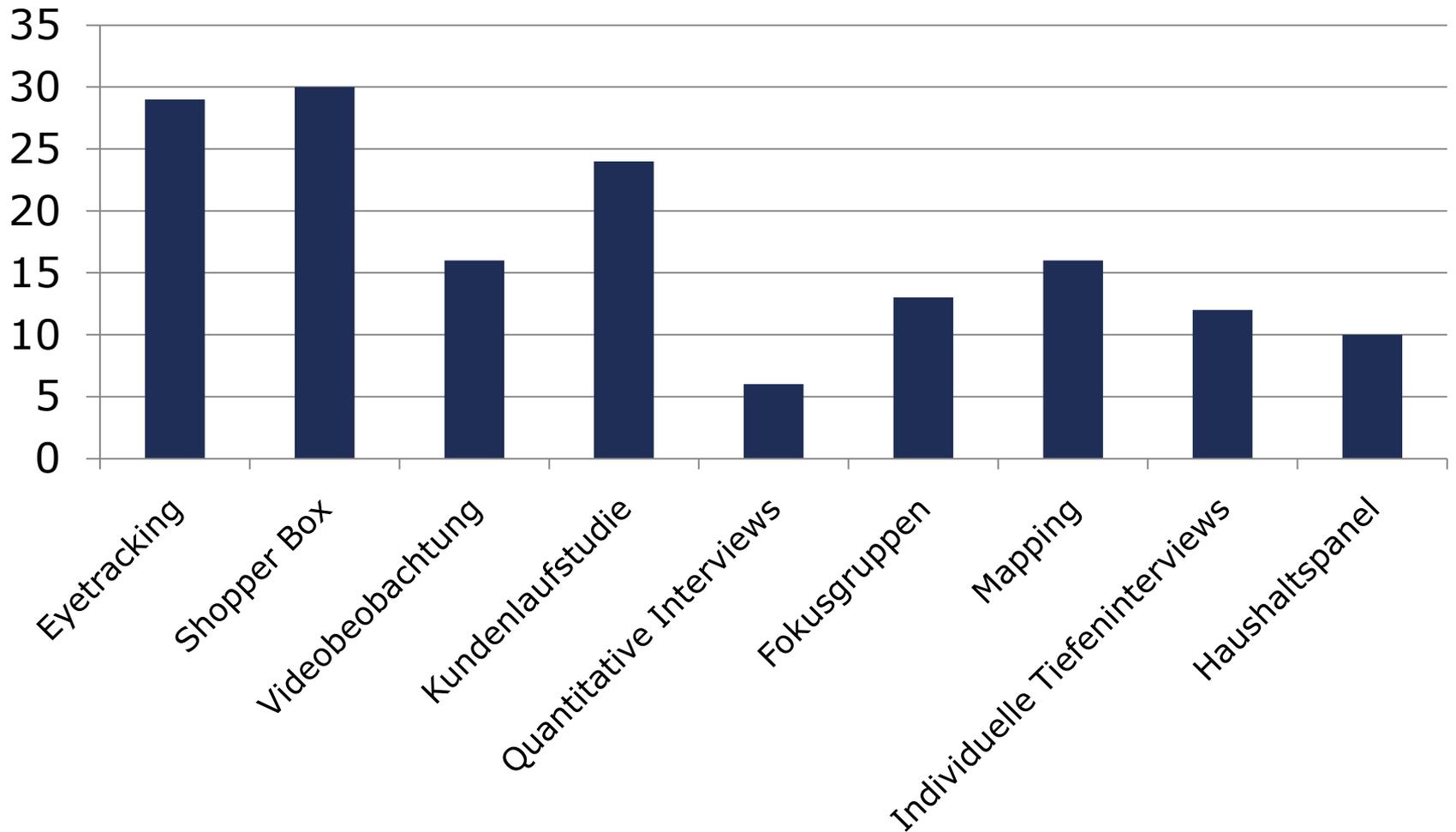
46% der befragten Unternehmen führen selber Shopper Research Projekte durch

4. Welche Shopper Research-Methoden haben Sie in Ihrem Unternehmen bereits umgesetzt?



Die am häufigsten genutzte Shopper Research-Methode ist das Haushaltspanel

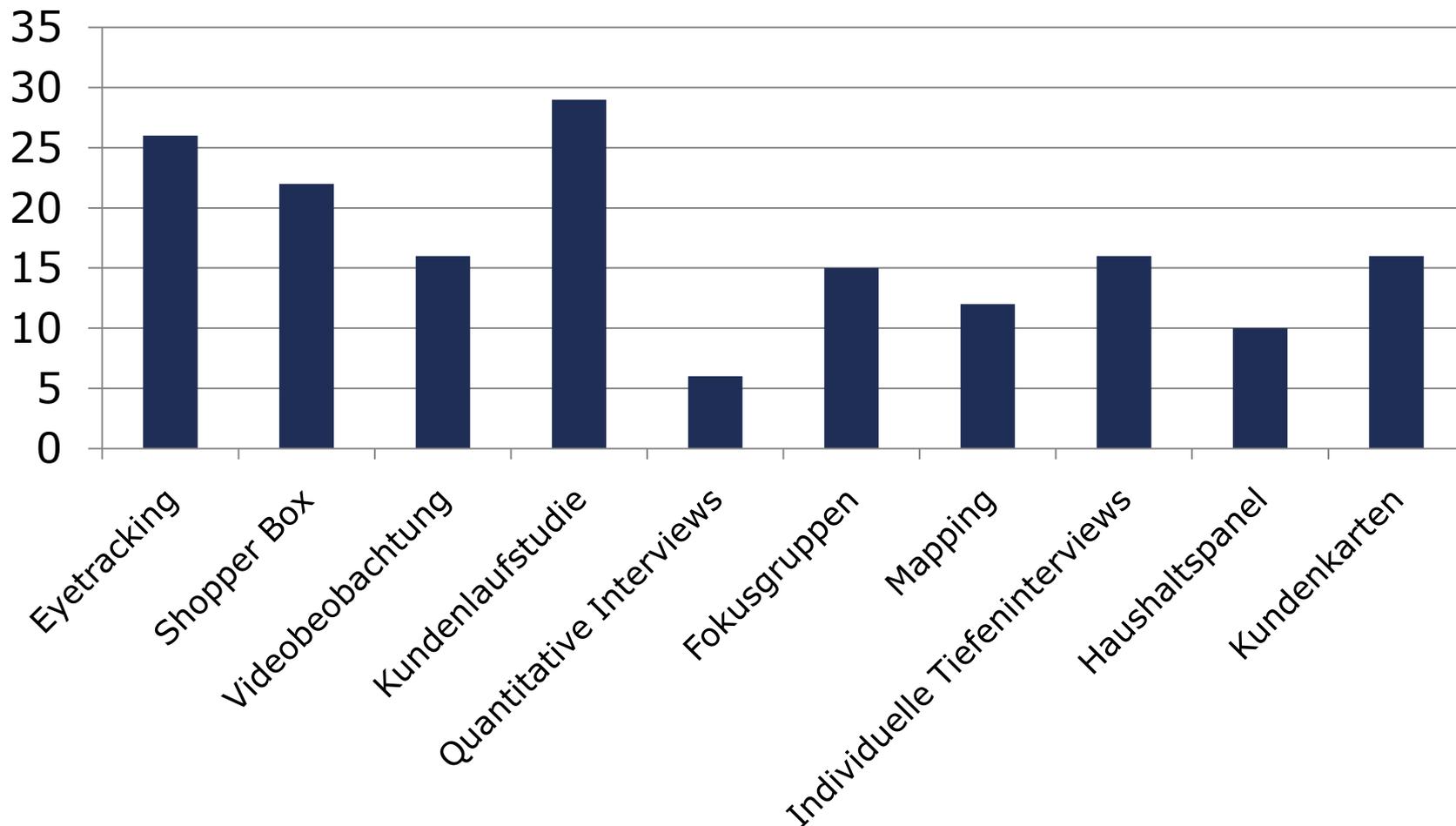
5. Welche Shopper Research-Methoden möchten Sie kennenlernen?



30 Unternehmen/ Personen haben angegeben, dass Sie die Methode der Shopper Box gerne kennenlernen würden



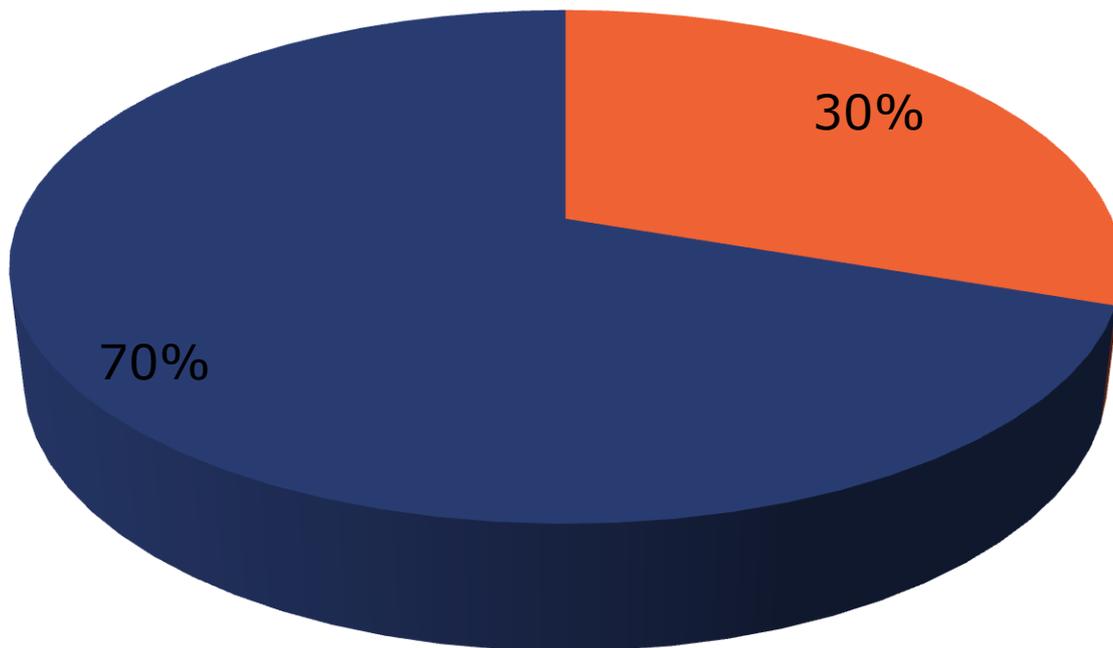
6. Welche Methoden möchten Sie zum Beispiel in einem Workshop anwenden?



29 Unternehmen/ Personen würden gerne die Kundenlaufstudie in einem Workshop anwenden

7. Haben Sie schon Seminare zum Thema Shopper Research besucht?

■ Ja ■ Nein

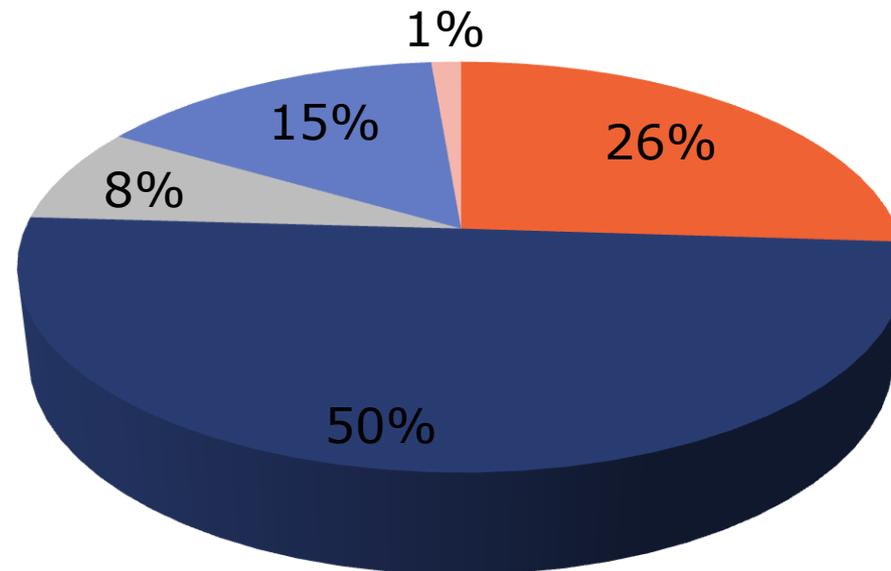


70% der Unternehmen/ Personen haben noch kein Seminar zum Thema Shopper Research besucht



8. Wie viele Tage würden Sie für ein Shopper Research-Seminar investieren?

- bis 1 Tag
- bis 3 Tage
- Es besteht kein Bedarf
- 2 Tage
- länger?



50% der Unternehmen/ Personen würden 2 Tage in ein Shopper Research-Seminar investieren

