

GfK FutureBuy® 2018

Where do you need to play NOW and how latest by
TOMORROW?

- Um **Ressourcen optimal einzusetzen**, weil Sie die relevanten Shopper-Themen bestmöglich abdecken
- Um **Umsatzpotenziale zu erkennen und zu nutzen** durch **gezielte Konsumentenansprache**

NOW!

Achte auf deine Omnichannel-Präsenz, da dies das bevorzugte Shopping-Format sein wird.

Lieferung? Die Kombination von On- & Offline-Assets erzeugt Kundenzufriedenheit "auf der letzten Meile"

TOMORROW!

Mobile Lösungen werden weiterhin das Einkaufsverhalten on- & offline dramatisch verändern

Mobiles Bezahlen in Betracht ziehen: noch ist es eine Nische, aber die jüngere Generation öffnet sich

ON THE HORIZON!

Behalten Sie zukünftige Shoppingkonzepte im Auge, die das Einkaufsverhalten verändern werden!



GfK FutureBuy® im Überblick

- GfK FutureBuy® bietet Markt Insights basierend auf der **Nachfrage und den Erwartungen des Shoppers** von heute – über Produktkategorien und Märkte von morgen.
- Das Verstehen des Shoppers und wie sich sein Einkaufsverhalten verändert, bietet eine Basis für eine **Zukunftsorientierte Retail Strategie**.

Reporting Möglichkeiten:



Trend Report (Kompakter Chartbericht, der wesentliche Trends aufzeigt (ca. 50 Charts))



Zugriff auf alle Ergebnisse über Online Dashboard



Detailbericht mit auswählbaren Inhalten



Durchführung in regelmäßigen Abständen für Zeitvergleiche



Online Survey unter **1000** Österreichern; **35,000** Shopper* global 18+ in 35 Ländern



18 Kategorien



Deep dives analysis für Generationsvergleiche:

- Generation Z: 1990 - 1999
- Generation Y: 1989 - 1989
- Generation X: 1965 - 1979
- Boomers: 1946 -1964

* respondents who browsed, shopped for comparison, gathered information or actual purchased products or services in the past 6 month





Fast moving consumer goods

-  Kosmetik- & Körperpflege
-  Abgepackte Lebensmittel
-  Wasch- und Reinigungsmittel
-  OTC healthcare
-  Baby care (z.B. Windeln)
-  Rasur (Non-Electric; z.B. Rasierer, Rasierschaum)
-  Tiernahrung & - Accessoires

Consumer Durables

-  TV & video devices (TV, Camcorder, Action Cameras, 3D Cameras, DVD/Blu-ray/4K Video Player)
-  Audio devices (Hi-Fi, Audio Home System, Radios, Lautsprecher, portable / connected Audiogeräte)
-  Wearables (Fitness / Health Trackers, Smart Watches, Smart Glasses, Virtual Reality Glasses)
-  Computing (Desktop, Notebook, Tablet PC, Drucker)
-  Smartphones / Mobiltelefone
-  Haushaltsgeräte groß (z.B. Kühlschränke, Waschmaschinen & Trockner, Geschirrspülmaschinen)
-  Haushaltsgeräte Klein (z.B. Kaffeemaschinen, Toaster, Mixer, Haartrockner, elektrische Rasierer)

Auf Kategorieebene betrachten wir Einkaufskanäle, Pre- / In-Store-Kauf-Trigger, Pre-Purchase-Aktivitäten und Zahlungsmethoden

Andere  Financial Services –  Autoreifen –  Spielzeug –  Bekleidung/Mode

Optionen & Investment



Trendreport

- ✓ **EUR 2.900,-**
- ✓ Report (Kompakter Chartbericht, der wesentliche Trends aufzeigt (ca. 50 Charts))
- ✓ Verfügbar ab Ende Nov



Online Dashboards

- ✓ **EUR 4.000,-**
- ✓ Zugriff auf alle AT Ergebnisse über Online Dashboard
- ✓ Filtermöglichkeiten, Exportfunktion; Verfügbar ab Ende Nov

	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT
...



Detailbericht mit auswählbaren Inhalten

- ✓ Auf Anfrage
- ✓ Kundenspezifischer PPT Report; Details zu Produktkategorien nach Wahl; Themenschwerpunkt nach Wahl; Inhalte nach Absprache

Ihr Kontakt



ANNA KULNIG
Senior Client
Business Partner

Tel: +43 (1) 71710-101
anna.kulnig@gfk.com

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'AK', is located below the contact information.

The rise of digital is shaking the path to purchase—where people buy and how they shop. Retail innovation is exploding with new retail models emerging and the overall market becoming more complex. Successful retailers and manufacturers need a clear perspective on shoppers' behavior and how their business can win in this fast changing, highly competitive environment.

GfK Future of Retail provides market insights based on best intelligence about the demand and expectations of today's shoppers across all categories and markets. Bringing together sales facts, panel data and shopper research, we help generate the precise and future focused retail strategy you need for sustainable business success.