

The background image shows a close-up of a person's hand holding the handle of a brown paper shopping bag. The hand is wearing a dark sleeve. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting an outdoor setting. The text is overlaid on the left side of the image.

SHOPPING FMCG –  
Váš komplexní průvodce  
spotřebitelskými a nákupními  
trendy a maloobchodem

# Shopping FMCG

Multiklientská studie založená na analýze reálných nákupů, vycházející z unikátního pohledu kontinuálního průzkumu spotřebitelského panelu v České a Slovenské republice. Studie přináší pohled na mnohé oblasti trhu rychloobrátkového zboží a ekonomickou situaci dané země. Věnuje se trendům nákupního chování spotřebitelů a maloobchodnímu trhu.

Oblasti, kterými se studie zabývá:

## Makroekonomické trendy a tržní prostředí

- » Základní pohled na klíčové makroekonomické ukazatele

## Spotřebitelské a nákupní trendy

- » Nákupní chování a jeho struktura
- » Změna nákupního chování jako reakce na vývoj cen potravin
- » Klíčové nákupní atributy

## Nákupní košík

- » Nákupní záměry (shopping missions)
- » Důležitost makrokategorií
- » Kategorie s nejvyšším podílem akcí a privátních značek
- » Důležitost kategorií pro jednotlivé nákupní kanály
- » Analýza na úrovni Vámi vybrané kategorie

## Maloobchodní prostředí

- » Segmentace trhu včetně moderních, tradičních, online anebo alternativních distribučních kanálů
- » Vývoj nákupních kanálů a jednotlivých řetězců
- » Klíčové ukazatele, které stojí za vývojem nákupních kanálů: počet kupujících, informace o intenzitě kupujících, loajalita / podíl výdajů, důležitost zakoupených makrokategorií, důležitost regionů
- » Přesuny výdajů domácností mezi nákupními kanály v čase
- » Důležitost online nákupů v rychloobrátkovém zboží
- » Podíly národních řetězců na trhu podle spotřeby domácností
- » Zaměření na klíčové řetězce a důvody jejich vývoje včetně potenciálních oblastí pro top řetězce



## Management kupujících – Shopper Management

- » Analýza kupujících z pohledu různých fází životního cyklu

## Parametry výzkumu

- » GfK Consumer Panel – spotřebitelský panel GfK kontinuálně monitorující reálné nákupy domácností v zemi na reprezentativním vzorku 2.000 českých domácností a 1.500 slovenských domácností

## Investice

- » Investice za celou studii za Českou republiku: 97.500 Kč
- » Investice za celou studii za Slovensko: 3.500 Eur
- » Možnost zakoupení dílčích výsledků studie
- » Dostupné v lokálním a anglickém jazyce
- » Doplatek za druhou jazykovou mutaci 4.200 Kč, resp. 150 Eur
- » Doplatek za osobní prezentaci 7.000 Kč, resp. 250 Eur

PRO VÍCE INFORMACÍ NÁS PROSÍM KONTAKTUJTE

Ladislav Csengeri | [ladislav.csengeri@gfk.com](mailto:ladislav.csengeri@gfk.com) | +421 903 920 372

a nebo navštivte [www.gfk.com/cz](http://www.gfk.com/cz)