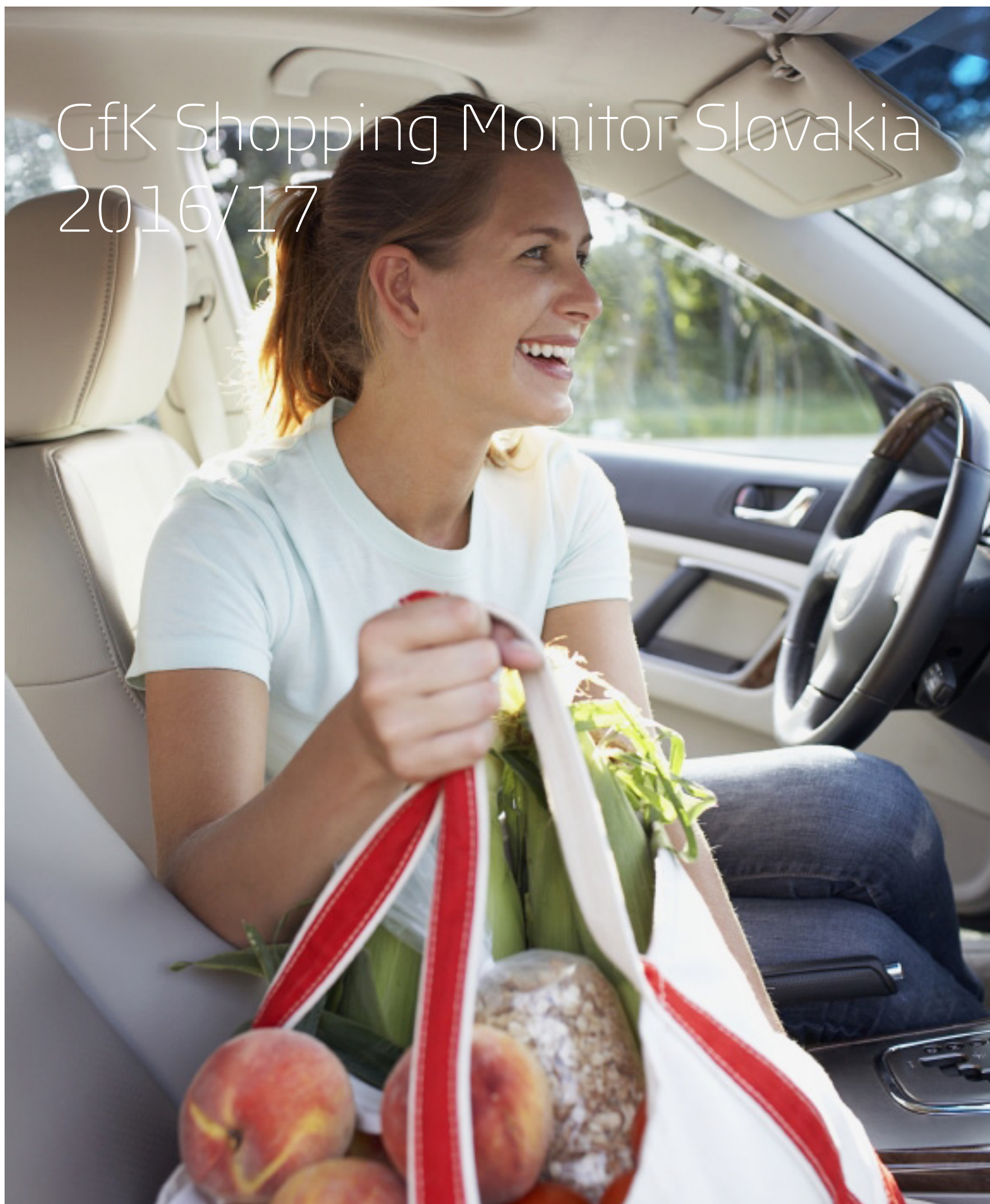


GfK Shopping Monitor Slovakia 2016/17



Najrozsiahlejší kontinuálny projekt mapujúci nákupné správanie slovenskej populácie

Štúdiá poskytujú **komplexné informácie o nákupnom správaní slovenskej populácie v oblasti potravinárskeho tovaru**. Projekt sa na Slovensku realizuje od roku 1998 a je súčasťou nadnárodného marketingového projektu 'GfK Shopping Monitor Central Europe', vďaka čomu je možné porovnávať nákupné správanie obyvateľov Poľska, Maďarska, Českej a Slovenskej republiky.

Shopping Monitor 2016/2017 je k dispozícii v dvoch verziách – **základnej** (obsahuje rovnaké informácie ako predchádzajúce vlny), a **rozšírenej**, ktorá obsahuje ďalšie doplnkové informácie. Zároveň má **vylepšený dizajn** a sú pridané **nové analýzy**.

Metodika zberu a vzorka:

- » kvantitatívny prieskum na reprezentatívnej vzorke 1 000 respondentov
- » obyvatelia SR vo veku 15 - 79 rokov, ktorí sú zodpovední za nákupy vo svojej domácnosti; za účelom zvyšovania reprezentativity prieskumu tento rok bol prvýkrát zber realizovaný kombinovanou metodológiou F2F-online

Aké informácie štúdiá 'GfK Shopping Monitor Slovakia 2016/17' ponúka?

Základná verzia:

- » spontánna znalosť obchodných reťazcov
- » hlavné nákupné miesto potravín a dôvody jeho výberu
- » preferované typy predajní
- » nákupné podmienky
- » návštevnosť a spotrebiteľské hodnotenie predajní podľa rôznych aspektov (čerstvosť a kvalita produktov, cenová úroveň,...)
- » vybrané aspekty nákupného správania - využívanie automobilu pri nákupoch, vzťah zákazníkov k letákovým kampaniam, k vlastným značkám reťazcov, k biopotravínám, znalosť vernostných programov, nákupy v zahraničí
- » profil zákazníkov jednotlivých obchodných reťazcov podľa základných sociodemografických charakteristík a znakov



Rozšírená verzia:

- » **Online nakupovanie** - nákupy vybraných produktov cez internet, frekvencia online nakupovania, dôvody online nakupovania
- » Prednostné kategórie tovaru, pre ktoré chodia zákazníci do konkrétnej predajne
- » Priemerná deklarovaná útrata v hlavnom nákupnom mieste potravín
- » Vybrané aspekty nákupného správania - vzťah zákazníkov **k e-mailovým kampaniam, k facebookovým kampaniam**
- » Dôvody menej častého nakupovania v predajni, dôvody neodporúčania predajne

Investícia

- » Základná verzia: 2 990 EUR bez DPH
- » Rozšírená verzia: 3 890 EUR bez DPH
- » Výsledky prieskumu sú spracované vo forme PowerPoint (ppt) prezentácie.

PRE VIAC INFORMÁCIÍ NÁS PROSÍM KONTAKTUJTE

Zuzana Smékalová | zuzana.smekalova@gfk.com | +421 902 920 949

alebo navštívte www.gfk.com/sk