



Der Connected DIY Shopper

GfK Kaufstudie zur Purchase Journey für Elektrowerkzeuge

GfK | Shopper Experience | Industrial Goods, Building & Construction

Marktsituation

Der Konsument von heute greift auf eine Vielzahl von Informationskanälen völlig selbstverständlich zurück. Dieser Wandel im Mediennutzungsverhalten hat auch einen wesentlichen Einfluss darauf, wie Konsumenten Elektrowerkzeuge kaufen. GfK hat mit einer Grundlagenstudie untersucht, wie Konsumenten bei dem Kauf eines Elektrowerkzeuges vorgehen und wo die „Moments of Truth“ für die Entscheidungsfindung liegen.

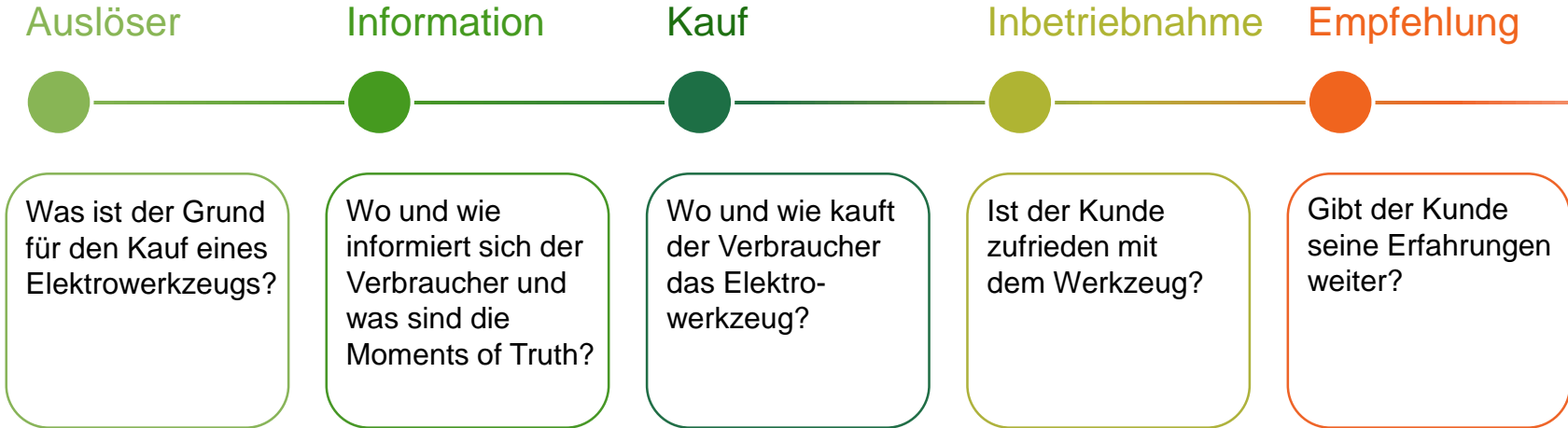


Wesentliches Ziel dieser Studie ist es, ein besseres Verständnis davon zu gewinnen, wie Verbraucher in Deutschland ein Elektrowerkzeug kaufen.

Dies bedeutet, dass der Einkaufsprozess möglichst ganzheitlich abgebildet wird – vom Auslöser über das Informationsverhalten, den Kauf, Inbetriebnahme bis zum Weiterempfehlungsverhalten. Es wird hierbei kein Schwerpunkt auf Online oder Offline gelegt, sondern das Zusammenspiel der Kanäle auch in der Abfolge untersucht und die Relevanz der Touchpoints analysiert. Ein wesentliches Element sind zudem Shopper Typen, die durch die Studie untersucht werden sollen.

Definition „Purchase Journey“ im Rahmen dieser Studie

Der Begriff „Purchase Journey“ hat viele Definitionen und Ausprägungen. Vereinfacht beschreibt dieser Begriff den Kaufentscheidungsprozess von Verbrauchern. Im Rahmen dieser Studie werden folgende Aspekte untersucht:



2-stufiger Forschungsprozess

Stufe 1:

Quantitative Befragung zur Ermittlung von repräsentativ belastbaren Häufigkeiten und Verteilungen.



Stufe 2:

Qualitativer Deep-Dive, um Hintergründe und Motivationen besser verstehen zu können.

Durch den 2-stufigen Forschungsansatz mit quantitativen und qualitativen Methoden liefern wir Ihnen ganzheitliche und detaillierte Informationen zum Kaufentscheidungsprozess von Verbrauchern entlang der Purchase Journey für Elektrowerkzeuge.

Ihr Kontakt

Michael Plock

Head of

Energy, Environment & Industrial Goods

T +49 911 395 2301

Michael.Plock@gfk.com

Kai Bollmann

Account Manager

Energy, Environment & Industrial Goods

T +49 911 395 3014

Kai.Bollmann@gfk.com