

Anmeldung

Shopper Research Basics | 2-tägiges Seminar



Bitte ausfüllen und faxen an: **GS1 Germany GmbH** | F +49 221 94714-595
Oder online anmelden unter: www.gs1-germany.de/gs1-academy/trainings

Seminartermine zur Auswahl (bitte ankreuzen)

11. und 12. Februar 2014
 20. und 21. Mai 2014
 2. und 3. September 2014
- Ich interessiere mich für das Seminar Shopper Research Basics als Inhouse Schulung.

Name | Vorname

Position | Funktion

Firma | Institution

Straße | Hausnummer

Länderkennzeichnung | PLZ | Ort

Telefon

Fax

E-Mail

Bestellnummer bzw. ggf. abweichende Rechnungsanschrift

Ich melde mich unter Anerkennung der Teilnahmebedingungen verbindlich an. Die Teilnahmebedingungen finden Sie unter www.gs1-germany.de/gs1-academy/trainings.

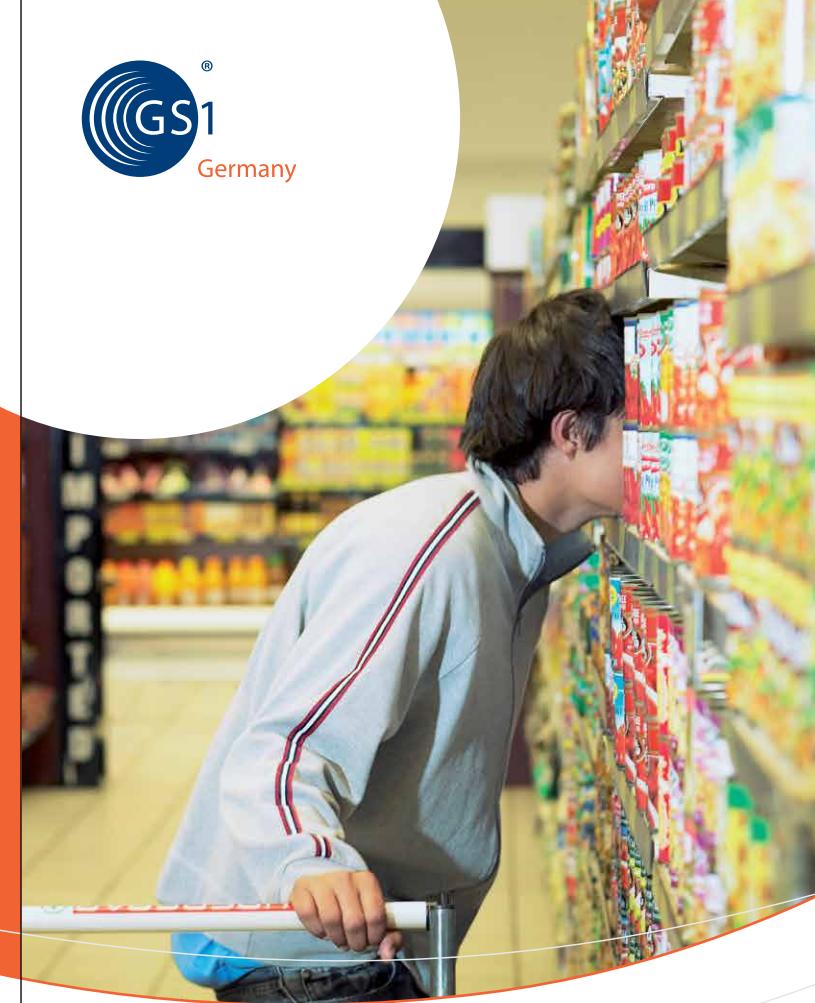
Datum | Stempel | Unterschrift

Datenschutzhinweis: GS1 Germany nutzt Ihre Daten über die Vertragserfüllung hinaus auch zur Werbung für eigene Zwecke. Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei GS1 Germany GmbH, Maarweg 133 | 50825 Köln | T +49 221 94714-0 | F +49 221 94714-990 | E widerspruch@gs1-germany.de (verantwortlich i.S.d. BDSG) widersprechen.

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133
50825 Köln
T + 49 221 94714-541
F + 49 221 94714-990
E trainings@gs1-germany.de

www.gs1-germany.de



Seminartermine 2014

Shopper Research Basics

Umsetzbare Erkenntnisse mit den richtigen Methoden

© GS1 Germany GmbH, Köln, 9/2013

Global Standards. Make Business Efficient.



„Shopper Research ist ein kommerziell orientiertes Anwendungsfeld der Käuferverhaltensforschung, das sich mit der **Erfassung und Analyse des Verhaltens von Shoppers im stationären Einzelhandel** beschäftigt.“

Das Wissen über das Verhalten des Shoppers am Point of Sale (PoS) ist erfolgsentscheidend für den Handel und die Industrie!

- Wie sieht der Einkaufsprozess eines Shoppers aus?
- Nach welchen Kriterien orientiert sich der Shopper in der Filiale und am Regal?
- An welchem Punkt des Einkaufsprozesses fällt die Kaufentscheidung?
- Welche Shopper-Research-Methode beantwortet meine konkrete Frage?
- Welcher Methoden-Mix generiert umsetzbare Ergebnisse?
- Wer sind die relevanten Methodenanbieter am Markt?
- Was ist in Shopper-Research-Prozessen erfolgsentscheidend?
- Welche Voraussetzungen müssen für Shopper-Research-Projekte gegeben sein?
- Welches Agenturbriefing ist für eine effiziente Durchführung eines Shopper-Research-Projektes erforderlich?
- Wie setze ich mein Shopper-Research-Budget fokussiert ein?

„**Shopper Research Basics**“ bereitet Ihnen den Weg, diese Fragen für Ihre Warengruppen zu beantworten.

Inhalte des Seminars

- Einführung in das Thema Shopper Research
- Nutzen von Shopper Research
- Erarbeitung und Strukturierung des Einkaufsprozesses aus Kundensicht
- Diskussion relevanter Fragestellungen in Bezug auf das Kaufverhalten: von der Entscheidung zum Betreten einer Einkaufsstätte bis hin zum Warum der Kaufentscheidung
- Bewertung von Shopper-Research-Methoden im Hinblick auf die verschiedenen Fragestellungen aus dem Einkaufsprozess
- Live-Gruppenübungen zu Shopper-Research-Methoden
- Praktische Anleitung zum Agenturbriefing
- Viele Fallbeispiele aus der Praxis



Zielgruppe

Diese Funktionsbereiche sprechen wir an:

ECR, Category Management, Marktforschung, Shopper Marketing, Trade Marketing, Marketing, Produktmanagement, Einkauf, Vertrieb, Key Account Management, Außendienst, Unternehmensorganisation

Ihr Vorteil: Exzellente Ausbildung für erstklassige Ergebnisse

Direkte Umsetzung – schneller Return on Invest

Mit Praxisübungen und vielen Fallbeispielen erhalten Sie ein umfassendes Wissen für die Steuerung eigener Shopper-Research Projekte. Sie beurteilen sicher, welcher Methoden-Mix der geeignete für Ihr Unternehmen ist. Eine Übersicht über die relevanten Methodenanbieter rundet die Informationen ab.

Erfahrene Trainer

Unsere erfahrenen Trainer erfüllen hohe Qualifikationsanforderungen und verfügen über langjährige Erfahrung in Industrie und Handel.

Teilnehmer-Stimme

„Das Seminar hat mir sehr viel Spaß gemacht und ich konnte inhaltlich viel mitnehmen. Es war gut strukturiert und hat anschaulich das gesamte Spektrum der Shopper Research Methoden aufgezeigt (Befragung, Beobachtung, Nutzung von Datenbanken). Auf Fragen wurde immer eingegangen, auch auf teilweise sehr spezifische Fragen, was interessant war. Inhaltlich sehr gut fand ich auch die Gastredner, da sie konkrete Problemstellungen und deren Lösungsfindung dargestellt haben.“

Sophia Sengelmann, Category Managerin, Beiersdorf AG

Veranstaltungsort

GS1 Germany Knowledge Center – Lernen live!

Ab Mai 2014 erwarten Sie in unserem Knowledge Center neben modernen, flexibel nutzbaren Konferenzräumen zusätzlich innovative Live-Komponenten.



Im Bereich Point of Sale *live!* erwarten Sie praxisnahe Lernerfahrungen direkt am Regal. Dafür bildet die Live-Komponente des Handels einen realen Supermarkt mit Food- und Nonfood-Produkten ab. Erleben Sie innovative Tools



zum Anfassen – vom Self Checkout bis zum virtuellen Supermarktregal –, erfahren Sie mehr über Themen wie „Ableitung von Frequenzzonen“ oder „Produktzugriffsraten“ und verschaffen Sie sich einen Überblick über die aktuellen Möglichkeiten der Käuferverhaltensforschung.

Individuelle Angebote

Inhouse Schulungen

Das Seminar „Shopper Research Basics“ kann auch in Ihren Räumlichkeiten stattfinden. Die Seminarunterlagen werden auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten und nach Ihren Anforderungen angepasst. So bilden Sie Ihr Team zum Thema Shopper Research gezielt und direkt weiter.

Category Management Consultant

Bei Bedarf können Sie unsere Category Management Experten buchen: Die Consultants begleiten Sie bei der Durchführung von Shopper Research – von der Identifizierung fehlender Shopper Insights über die Vorbereitung und Durchführung von Shopper Research bis hin zur Ableitung von zielgerichteten Maßnahmen.