

Investigación en Punto de Venta O.C. "Shopper"

OPCION Novedades

www.opcion.com.uyinfo@opcion.com.uy

Tel: (005982) 4026509

Montevideo- Uruguay



Investigación en Punto de Venta - "Shopper"

¿Qué es la Investigación en Punto de Venta O.C. "Shopper"?

La investigación en punto de venta permite conocer la motivación y comportamiento de compra de los consumidores en el lugar y en el momento en el que concluye la decisión de compra de productos. Dicha instancia adquiere especial relevancia porque una porción importante de la decisión de compra de productos se define en el punto de venta.

El monitoreo de la imagen de nuestra oferta y de la oferta competitiva en el punto de venta permiten gestionar el posicionamiento de nuestros productos en relación a aspectos que definen la decisión de compra: atributos funcionales del producto, atributos emotivos, calidad, packaging, presentación en punto de venta, promociones y publicidad.

¿Cuáles son los principales beneficios para su empresa?

- 1)** Acceda a la evaluación que los consumidores hacen de sus productos y de los productos competidores en el momento en que concluye la decisión de compra: punto de venta;
- 2)** Conozca desde una óptica privilegiada el comportamiento de compra para categorías de interés:

compra directa o indirecta, tiempo frente a góndola antes de la elección del producto / grupo de compra / comportamiento de evaluación de precios / atención a merchandising, promociones en punto de venta y revistas de ofertas / relacionamiento con el producto en el punto de venta manipulación y/o lectura de packaging / otras marcas evaluadas / otros productos comprados en el paseo de compras / tipo de compra – principal de abastecimiento, de faltantes puntuales y por acontecimiento).



3) Conozca los motivos de elección de marca en el momento de la conclusión del proceso de decisión de compra:

Decisión de compra en relación a desempeño funcional del producto (atributos funcionales)
Atributos de calidad percibidos del producto
Definición de compra en función de aspectos emotivos
Elección de marca por precio
Elección de marca por promoción/ofertas /referencias a publicidad

4) Conozca el comportamiento de migración de marca de los consumidores (switching):

Consumidor innovador (prueba lo nuevo)
Fieles a única marca
Comportamiento de rotación de marcas "switchers"

Metodología y Especificaciones Técnicas

■ **OBSERVACIÓN DE COMPORTAMIENTO DE CLIENTES EN PUNTOS DE VENTA.**

Tiempo frente a góndolas/mostradores, atención a aspectos de merchandising, utilización de listados para la realización de compras, utilización de revistas de ofertas, relacionamiento con productos previo a la elección de producto.

■ **ENCUESTAS CARA A CARA EN PUNTOS DE VENTA MINORISTAS (HIPERMERCADOS, SUPERMERCADOS, AUTOSERVICIOS Y ALMACENES)**

Estudio cuantitativo en base a aplicación de 200 Encuestas Cara a Cara por canal de venta a personas de 18 años y más, a partir de muestra coincidental en puntos de venta, con un margen de error global de +/- 6% y un nivel de confianza de 95%.

■ **UNIVERSO A MUESTREAR Y PROCEDIMIENTO DE MUESTREO**

Personas de 18 años y más, que compran la categoría de interés en puntos de venta seleccionados.

■ **MODALIDAD DE ENCUESTA**

Encuesta Cara a Cara de 8 mins. de duración.

■ **SUPERVISIÓN Y CONTROL DE CAMPO**

Control aleatorio del 20% de las encuestas realizadas.

■ **PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Las encuestas serán codificadas e ingresadas a una base de datos que se depurará controlando inconsistencias. La información se procesa mediante programa informático estadístico SPSS.

Inversión Estimada

La propuesta de OPCION CONSULTORES permite a su empresa disponer de flujos de información continua para la gestión de marketing a costos de información y consultoría razonables. Ello le genera el beneficio de incrementar la efectividad y rentabilidad de sus inversiones en distintas actividades de marketing (producto, promoción y ventas).

Qué Distingue a Opción Consultores

Amplia variedad de servicios especializados de investigación de mercados para la evaluación del entorno de marketing de la empresa. Consultoría especializada en planificación estratégica de marketing. **Los servicios de investigación de mercados se combinan con consultoría en definición de lineamientos estratégicos de marketing (área de producto, distribución y ventas, comunicación, promoción y precios). Los servicios ofrecidos permiten generar economías y capitalizar oportunidades a su marca a partir de la definición de estrategias sobre la base de información de mercado.** Opción le ofrece un servicio personalizado y comprometido con la generación de valor para su empresa, buscando generar economías en los costos de acceso a la información.

Servicio desarrollado por Opción Consultores. Para mayor información comunicarse con Opción Consultores: (005982 4026509)

info@opcion.com.uy
www.opcion.com.uy
www.externainvestigacion.com