

OBAL PODLE SPOTŘEBITELE

Výsledky výzkumu

Zpracovala agentura **NMS Market Research** pro



v Praze, dne 27. listopadu 2013

Zákaznické preference ve spotřebitelských obalech Volně prodejná studie

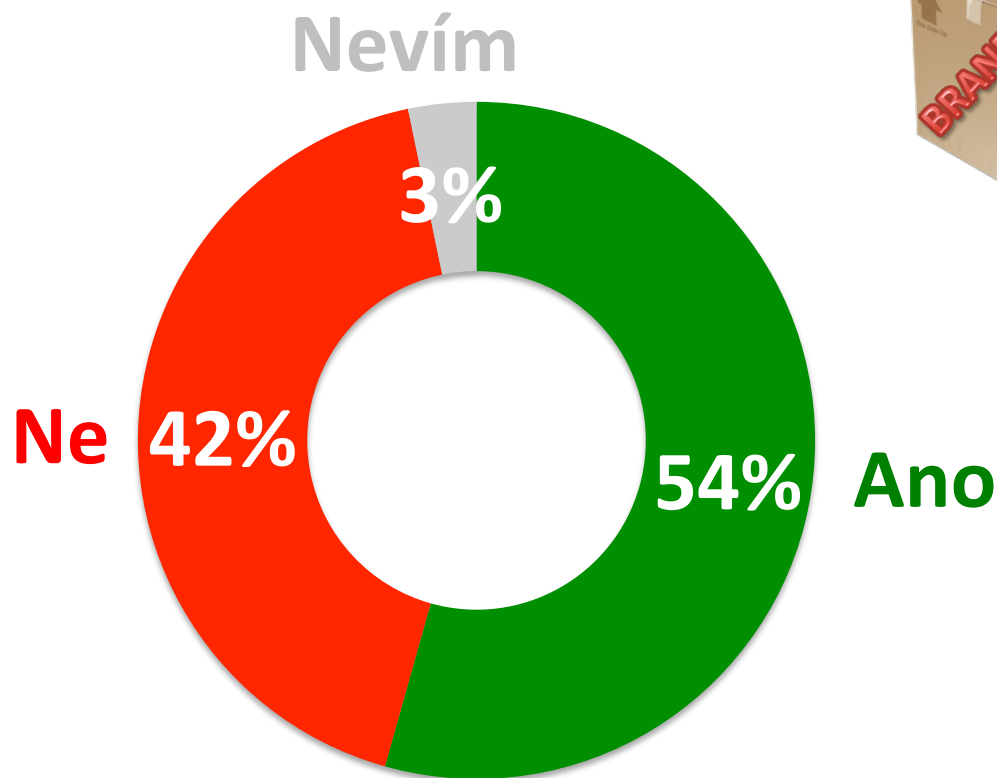


- **585** respondentů
- Dotazování **25.-30.10.2013**
- Reprezentativní na **spotřebitele ČR** ve věku 18-65
- **On-line** sběr dat



NÁKUP PODLE OBALU

Změna značky výrobku podle obalu



NÁKUP PODLE OBALU

Výhody konkurenčního výrobku



Více informací **60%**

Čitelnější informace **55%**



Snadnější otevírání **53%**

Snadnější manipulace **48%**

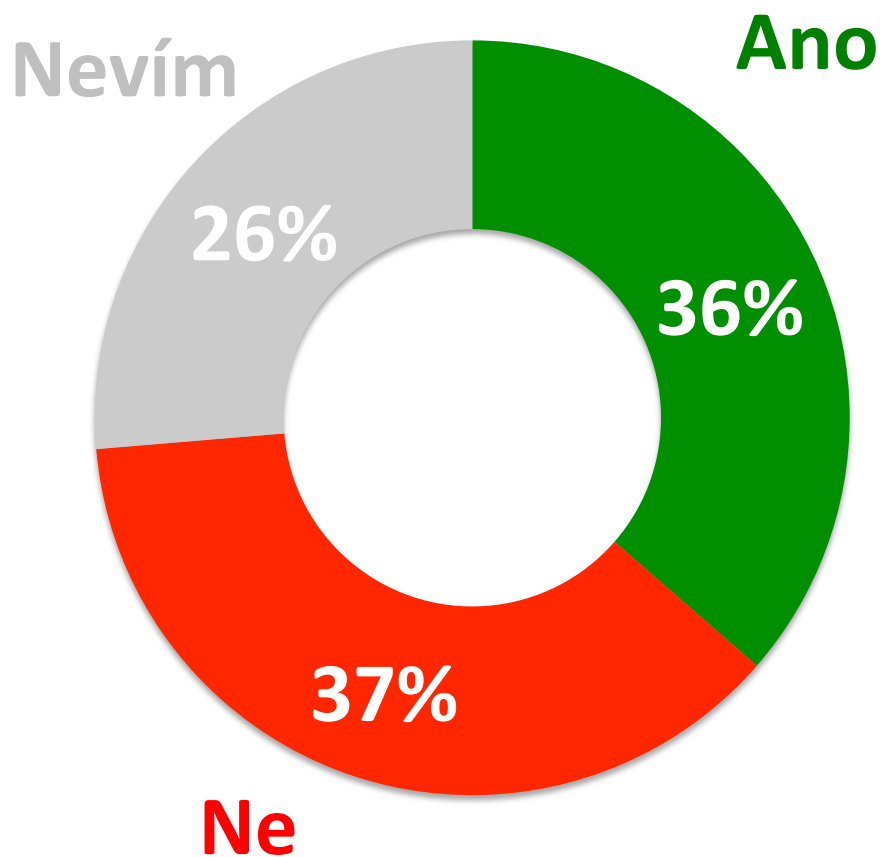


Hezčí design **48%**

Design jde lépe k výrobku **35%**

NÁKUP PODLE OBALU

Nákup výrobku podle obalu



NÁKUP PODLE OBALU

TOP 5 kategorií



23%



10%



12%



9%



8%

NÁKUP PODLE OBALU

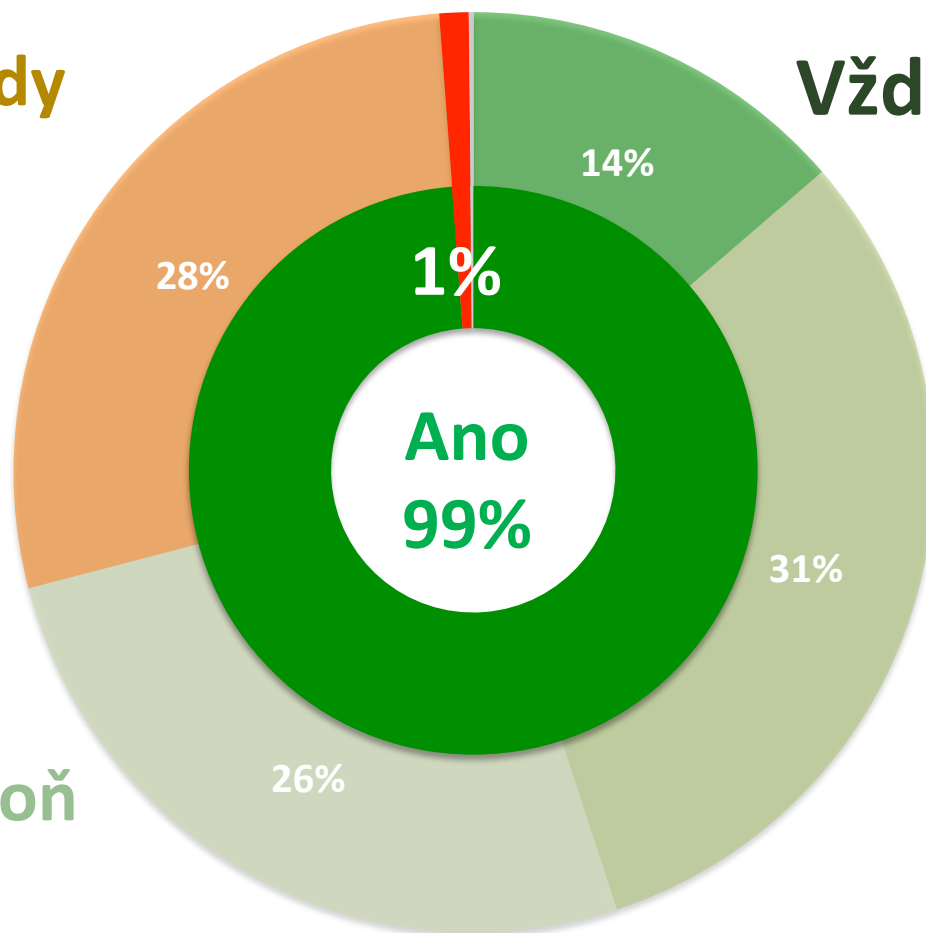
Informace na obalu výrobků čtu...

Nikdy žádné

Vždy všechny

**Alespoň někdy
alespoň
některé**

**Alespoň
někdy
všechny**



**Vždy alespoň
některé**

SPOTŘEBITELÉ NEJVÍCE ZAMĚŘENÍ NA OBAL

Ti, kteří čtou **VŽDY VŠECHNY** informace na obalu

14%

- Nejčastěji se nechají **zlákat OBALEM** k nákupu výrobku konkurenční značky

PROČ?

1. **Lepší informace na obalu**
2. **Lepší design a snažší manipulace**

■ DÁVAJÍ PŘEDNOST:

- Obalu s **dobře viditelným složením** výrobku
- **Recyklovatelným** obalům
- **Multipackům**



■ KDO JSOU?

- Nejvíce jsou to **mladší** spotřebitelé (18-30 let)
- Jsou mezi **všemi segmenty** populace



Oba
2013

Slide 8

nms
market research

Česká agentura poskytující od roku 1998
Full-service v marketingovém výzkum



VÍCE NEŽ...

- **50** zaměstnanců
- **100** klientů
- **2 000** externích spolupracovníků



ROČNĚ...

- **20 000** mystery shoppingů
- **20 000** osobních rozhovorů
- **100 000** výzkumných telefonních rozhovorů



SPECIALIZACE...

- **B2C i B2B**
- **ČR i SR**
- **Český a Slovenský on-line panel**

CO NABÍZÍME

Mít víc klientů

Analýza akvizičních kanálů

Competitive Intelligence

Onboarding studie

Customer Experience

Mystery Shopping

Analýza spádových oblastí

Churn

Odhad tržního potenciálu

Segmentace / Lifestyle

Prodat víc produktů

Nové produkty

Rozšíření produktové řady

Testy reklamních kampaní

Predictive Markets

Usage & Attitudes

Zvyšování efektivity POS

Tracking letáků a katalogů

Loajaltní programy

Usability testy

S větší marží

Preferenční a pricigové testy

Testy reklamních kampaní

Brand

Positioning

Segmentace / Lifestyle

Customer Experience

Competitive Intelligence

Zvyšování efektivity POS

Při nižších nákladech

Reportingové nástroje

Forecasting nástroje

Zaměstnanecké průzkumy

Propojení výstupů měření na procesy

Mapování / ladění procesů

Competitive Intelligence

Complaints Handling

Mystery Delivery

REFERENCE

Finance & banky	Retail	Telco & IT	Média	Veřejný a neziskový sektor	Průmysl & B2B	Healthcare
						

Neváhejte se na nás kdykoli obrátit!

Ondřej Veis

Client Service Director

e-mail: ondrej.veis@nms.cz

gsm: +420 603 450 979

Martin Volek

Project Manager

e-mail: martin.volek@nms.cz

gsm: +420 608 175 813



NMS Market Research pomáhá největším hráčům na trhu již od roku 1998 zlepšovat zákaznický servis, nabízet lepší produkty a získávat nové zákazníky.

Pomocí chytrých řešení v oblasti marketingového výzkumu pomáháme našim klientům lépe rozumět svým zákazníkům a proměnit toto porozumění ve správná obchodní rozhodnutí.