



A Boltok háborúja

Dörnyei Otília, GfK Hungária

Ez bizony háború.....

Egyrészt a pénz

**Másrészt az
„Ungarische
Wirtschaft“**



A hadszíntér

80%

A nemzetközi szakirodalom szerint

60%

A hazai szakértői
becslés „minimuma”

55%

Kérdezés során mérve
Magyarországon



A bolti döntések aránya vs. A bolton kívül, FMCG piac

Copyright GfK Hungária 2010

GfK

Szereplők



Roy Khan of Kamelot



Simone Simons of Epica



GfK

A piackutatás csak egy tükör



Copyright GfK Hungária 2010



A kiinduló helyzet

6

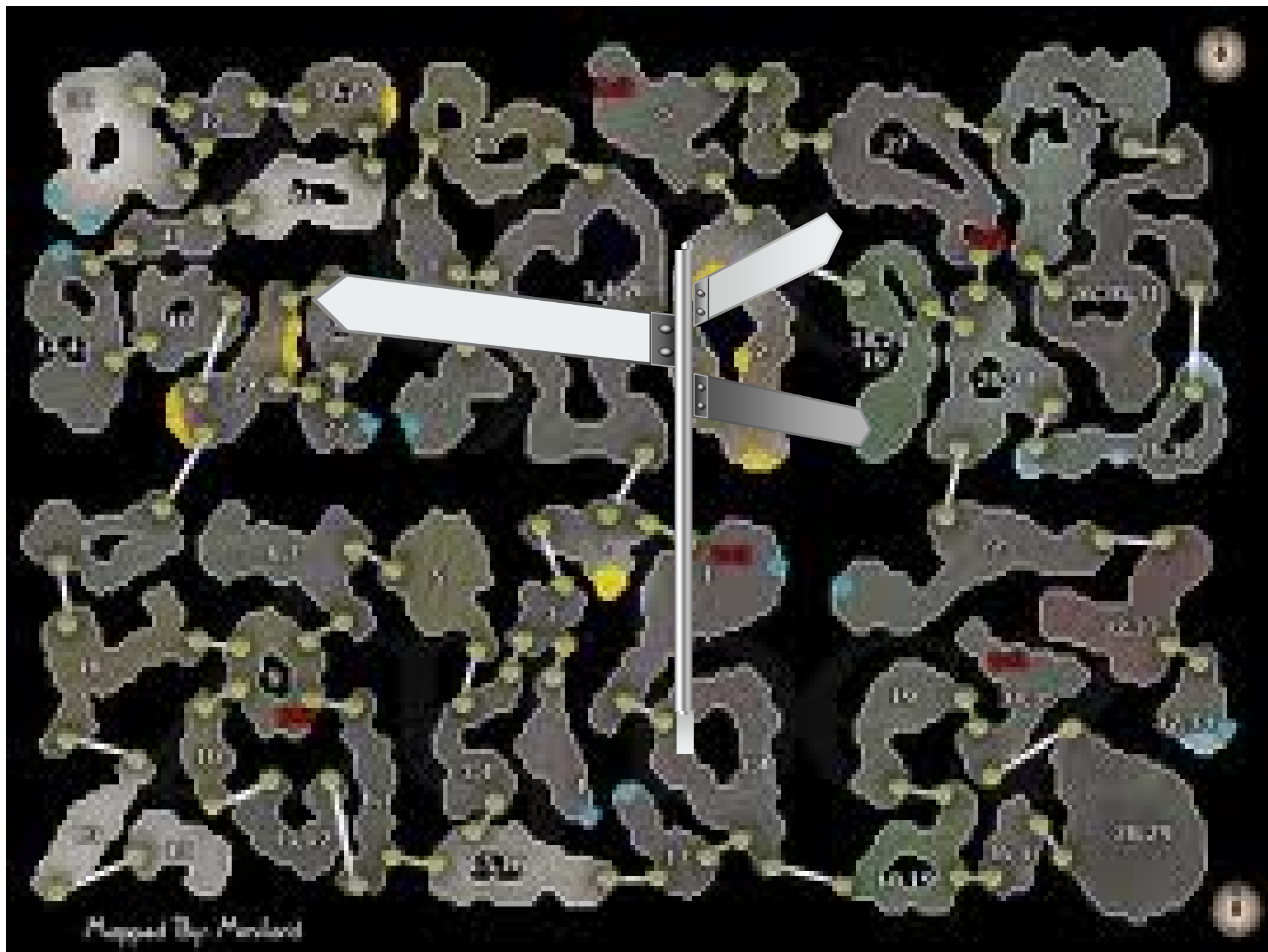
**Rohanós
Rutin**



**Célirányos
Racionális**

„Zavaró árubőség”





Jobboldal !!!!

8



Hullámzó szemmozgás

9

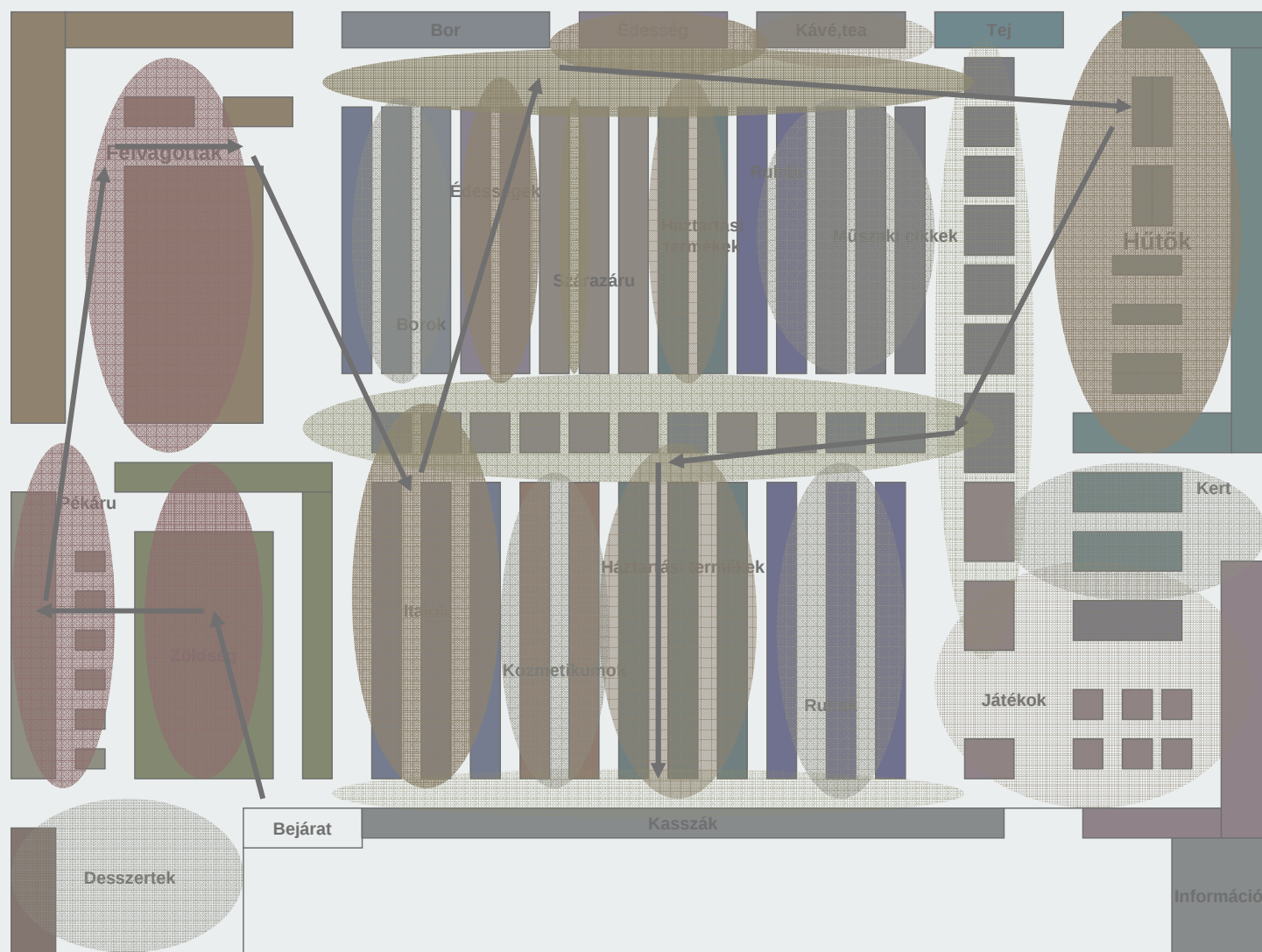


Copyright GfK Hungária 2010

GfK

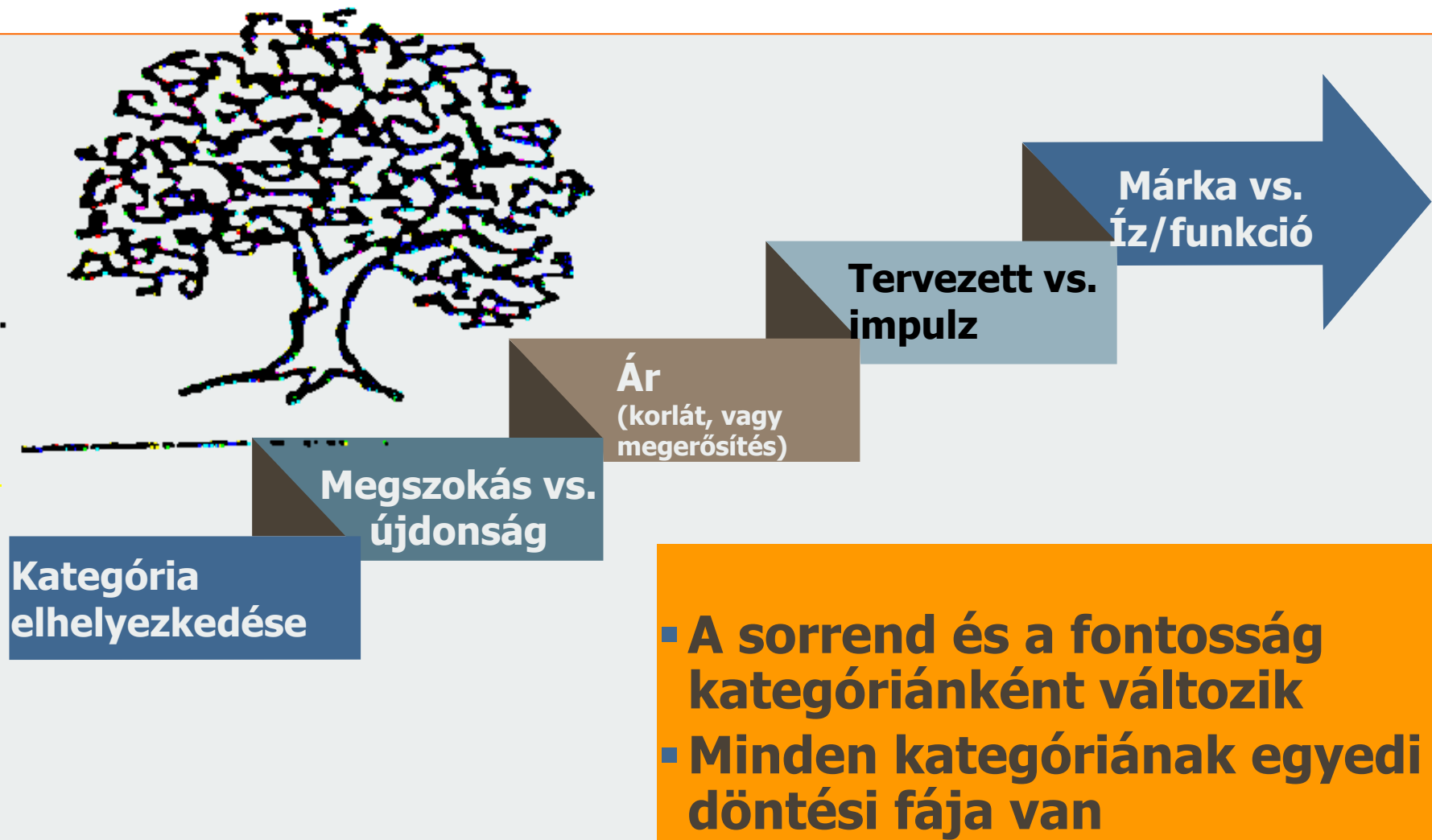
Forró és hideg pontok

10



Döntést befolyásoló szempontok

11



Tartsuk észben!!!

12

1-2 másodperce
van egy
terméknek a
figyelemfelhívásra



Szemmagasság
alatt

„Árérzékenység”



Általában működik

13

Árkommunikáció / a bolt saját akciós árcimkéi



Márkák táblái (csak ne zavarja a levételt)



Márkázott másodlagos kihelyezések



GfK

És, ami nem

14



Copyright GfK Hungária 2010



GfK

A person wearing a white lab coat is holding a globe of the Earth. The globe is predominantly green, representing landmasses, with blue oceans. The person's hands are visible, gripping the globe from the sides. The background is a blurred white surface.

Köszönöm a figyelmüket!

Dörnyei Otília
GfK Hungária, Ügyfélkapcsolati igazgató
otilia.dornyei@gfk.com