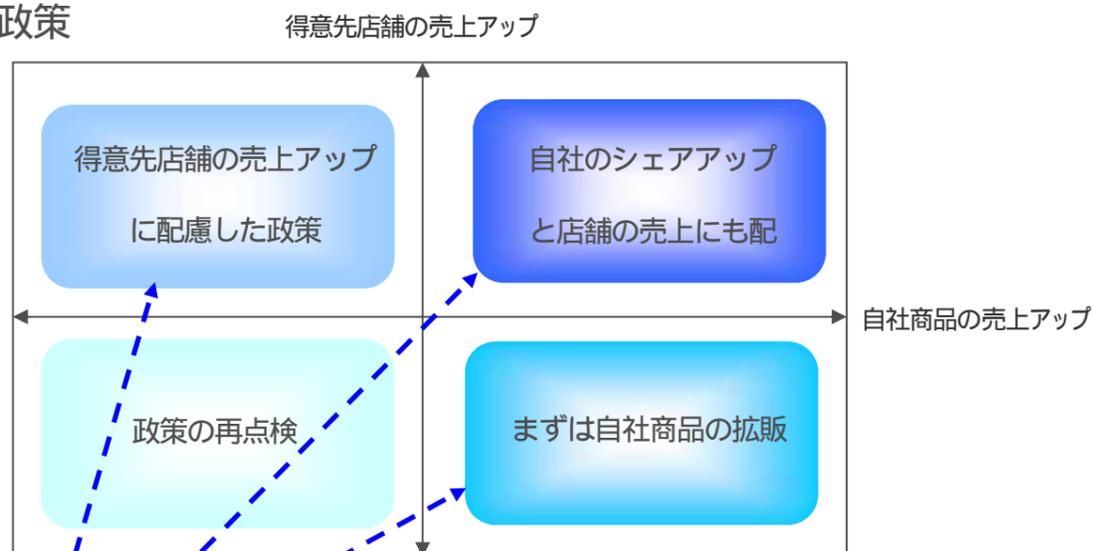


店頭から見る 流通満足度調査 Store Real Research

店舗責任者へのインタビュー調査×ショッパー出口調査×店頭ビジュアル調査

はたして店頭での商品は今どのような位置づけなのか？業態別に採るべき政策は。自社商品の売上アップは勿論だが、店舗の売上アップにも貢献しているのか。自社の営業担当は評価されているのか？ 店舗側が本当に望んでいることは？

店頭における政策



流通満足度調査



インタビュー対象者例

売場責任者、店長クラス、あるいは薬剤師、登録販売者など

インタビューの内容例

競合との商品特性等の比較意見、家電販売員の商品推奨理由、薬剤師の商品評価・推奨理由など業態別に様々のテーマ

店舗担当者へのインタビュー調査

| | | |
|----|---|------------------|
| 商品 | 店頭陳列後、棚中での商品パッケージ評価 POSでは見えない商品の販売動向・属性 新商品の事前評価 欠品 - 棚出し | 業態・規模により店舗の本音は様々 |
| 販促 | 販促ツールの導入後の評価 試作段階での販促ツールの事前評価 店舗でのプロモーションの浸透度、理解度 キャンペーンの浸透度・実施度・露出度 | |
| 営業 | 担当営業マンの訪問頻度～営業評価 インナーツールの利用度とその評価 ギフト終了後の他社も含む商品動向 歳時テーマでの評価 店舗の裁量度 | |

ショッパー出口調査

POP認知度 歳時テーマ認知・評価

店頭ビジュアル調査

インタビューと出口調査での課題・問題点をビジュアル化

目に付きやすく手に取りやすい商品・ツールなのか？
各ツールによる販促状況 歳時状況 エンドは？コーナーは？

報告書のイメージ



料金・納期

料金：調査1回につき 10万円～

納期：発注をいただいてから 10日～

調査実施の可否及び最終の見積もり・納期は個別に設計しご返答いたします。

店頭から見る 流通満足度調査

自社のシェアアップと店舗の売上アップ