

# Why2buy

The why behind the what – forstå hvad dine shoppere tænker



Kendskab til drivers & motivatorer som påvirker købsbeslutningen er i stigende grad vigtigt for at få succes hos dine shoppere

Overblik over shopperne;  
På baggrund af faktisk købsadfærd rapporteret i **consumer panel** såvel som ved forskellige (demografiske) variable

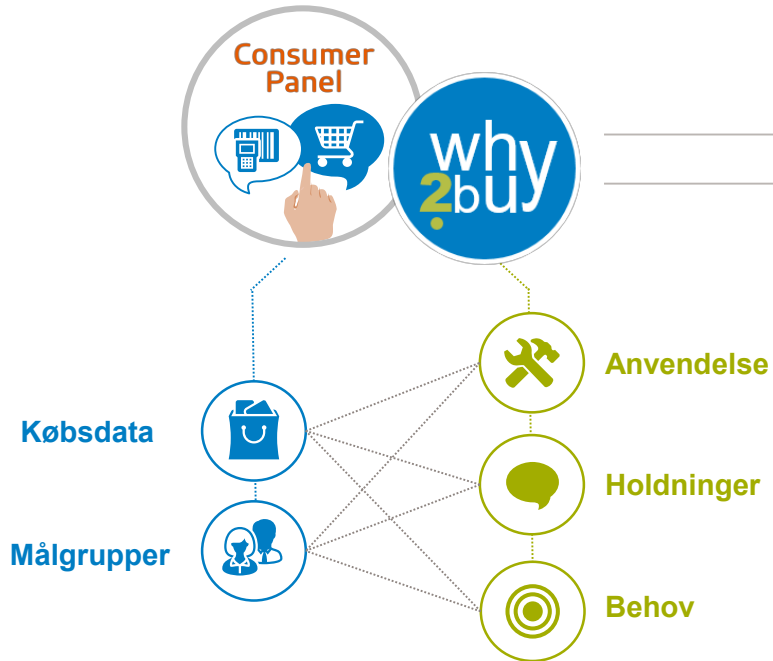


why2buy  
undersøger  
„HVORFOR“

? Men, spørgsmål vedrørende  
„HVORFOR“ forbliver ubesvaret, f.eks.:

- **Forklaringer:** „Jeg foretrækker at købe produkt X, fordi ...“
- **Udviklinger:** „Jeg køber produkt Y mere / mindre, fordi ...“
- **Præferencer:** „I kategori Z, er det vigtigt for mig at ...“

## “CONNECTING THE DOTS”



... muliggør individuelle undersøgelser i husstandspanelet hvor vi kan forbinde resultaterne til husholdningernes faktiske købsadfærd

- **Tilpasset:** åbne og lukkede spørgsmål
- **Fleksibelt:** spørgeskemaer med defineret længde
- **Tilgængelig med kort varsel:** op til et bestemt antal pladser hver måned
- **Repræsentativt:** hvis relevant, undersøgelser i undergrupper (afhænger af størrelsen på panelet)



## Detaljeret svar på dine ubesvarede spørgsmål.

Dine spørgsmål.  
Tilpasset.  
Helt til pointen.



## Indenfor en passende sammenhæng

Kombinerer analyse af undersøgelsesresultater og faktisk adfærd.  
Segmentering efter målgrupper



## Til din specifikke målgruppe

Præcist din målgruppe.  
Selv for mindre tilfælde.  
Defineret på grundlag af købsdata i Consumer Panel.



## Indenfor en kort tidsperiode.

Tre **why2buy** pladser tilgængeligt hver måned.  
Ingen screenings-spørgsmål er nødvendige.





## Købsdrivere

Hvilke kriterier er afgørende for køb af min kategori/produkter?

→ Optimering af produktudvikling og kommunikation



## Skift i købsadfærd

Hvorfor har købsadfærden i min kategori ændret sig?

→ Identifikation af trends og årsager som påvirker ændringen i købsadfærden



## Deep Dives

Hvad bliver mine produkter brugt til, og hvorfor? → Effektiv occasion marketing



## Produktlancering

Hvordan evaluerer shopperne mit nye produkt?

→ Hold styr på innovationerne og shoppernes mening



## Evaluering af produkt

Hvor tilfredse er køberne af mit produkt?

→ Produktets styrker og svagheder; Identificerer muligheder

**Dine spørgsmål –  
besvaret af dine shoppere**

## Investering og levering

*Investering fra DKK 60.000 ex moms*

*Levering: 4 uger fra ordrebekræftelse*

Kontakt din lokale GfK konsulent eller [Camilla.vinther@gfk.com](mailto:Camilla.vinther@gfk.com) +45 2146 2460 for mere information

# GfK – Growth from Knowledge

[Camilla.vinther@gfk.com](mailto:Camilla.vinther@gfk.com)

+45 2146 2460