



# IFM MANNHEIM

## Die Marktpsychologen

in Kooperation mit



# Shopper Insights durch Customer Relationship Management - Der intelligente Umgang mit POS-Daten

IFM MANNHEIM GmbH  
P 4 Nr. 4, 68161 Mannheim  
Tel.: 0621 - 178080  
Fax: 0621 - 1780818

VR-Bank Rhein-Neckar  
Konto Nr.: 7 229 100  
Bankleitzahl: 670 900 00  
UST-IDNR.: DE 143835357

Gesellschafter  
Prof. Dr. Gert Gutjahr  
Prof. Gabriele Naderer  
Dipl.-Psych. Jutta Rietschel

info@ifm-mannheim.de  
www.ifm-mannheim.de  
Registergericht Mannheim HRB 2534  
Gegründet 1949

# Shopper Insights durch Customer Relationship Management

## Der Einblick in das Verbraucherverhalten am POS

- Der Kunde steht im Mittelpunkt des Interesses von Marketing, Vertrieb und Category Management Ihres Hauses.
- **Lernen Sie die Käufer Ihrer Produkte noch besser kennen.**
- So können Sie Ihre POS-Maßnahmen **kundenspezifisch und effizient** planen und überprüfen.
- Unsere **fundierte Analysen** der Informationen aus den Kundenkarten, in Kombination mit z.B. statistischen Methoden, experimentellen Untersuchungsansätzen oder qualitativen Kaufverhaltensstudien...
- ...bilden die Grundlage für die **genaue Beschreibung und das beste Verständnis der Käufer am POS**. Sie sind die Voraussetzung für den Erfolg Ihrer Marketingstrategien am Ort der Kaufentscheidung.



# Shopper Insights durch Customer Relationship Management

## Unsere Analysen

Wir bieten Ihnen Analysen, die die verfügbaren Berichte im **dm-Extranet** sinnvoll **ergänzen durch:**

- **Individuelle Sortiments-Definition**  
(Kategorien, Warengruppen, Marken, etc.), auch abweichend von dm-Vorgaben
- **Individuelle Zeitraum-Definition** (max. 25 Monate rückliegend)
- **Individuelle Filialauswahl**  
(z.B. Filialen aus einem Markttest oder Filialen mit einem bestimmten Layout)
- **Individuelle Auswahl analysierter dm-Kunden**  
(z.B. bestimmte Altersgruppen, Käufer definierter Sortimente)

Wir bieten Ihnen **zusätzliche Analysen** auf Basis der verfügbaren Kundendaten:

- **Kunden-Segmentierung, Kaufverhaltenstypen**, „*You are what you buy*“
- **Potenzial-Analyse mit Warenkorb und Kaufverhalten**, „*Up- und Cross-Selling*“

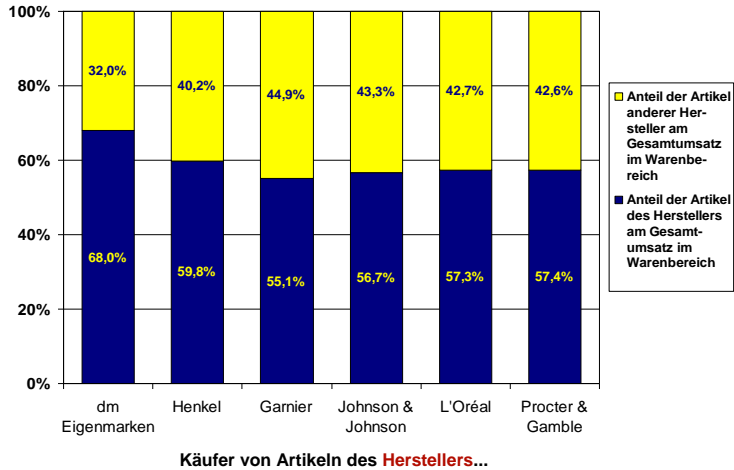
Für Ihre Fragestellungen entwerfen wir ein **individuelles Untersuchungsdesign**, auch in Kombination mit anderen Methoden der marktpsychologischen Kaufverhaltensforschung, auf die wir spezialisiert sind.

# Shopper Insights durch Customer Relationship Management

## Extranet-Berichte auf Basis individuell definierter Sortimente und Zeiträume

### Bedarfsdeckung

- Warenunterbereich Gesichtspflege-Serien -



Berichte können auf Basis von **Sortimenten** erstellt werden, die im Extranet nicht wählbar sind:

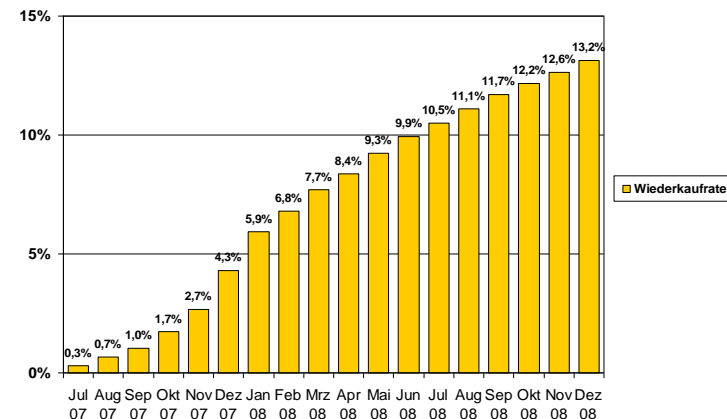
- statt Warengruppe/Warenbereich: z.B. Warensortiment, Warenklasse, Warenunterbereich, individuell definiertes Sortiment
- statt Artikel/Marke: z.B. Hersteller, Serie, individuell definierte Gruppe von Artikeln

Berichte können für **Zeiträume und Zeitintervalle** erstellt werden, die im Extranet nicht wählbar sind:

- statt begrenzt auf 1/6/9/12 Monate: auf Basis von bis zu 2 Jahren
- statt pro Woche/Monat: pro Jahr, Quartal, Tag oder für ein individuell festgelegtes Zeitintervall

### Wiederkaufrate

- Artikel mit geringer Wiederkauffrequenz -



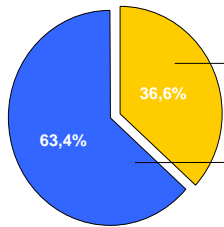
# Shopper Insights durch Customer Relationship Management

## Extranet-Berichte auf Basis ausgewählter dm-Filialen und Kunden

### Käuferwanderungen

- Neukäufer einer Marke in **Filialen mit Werbedameneinsatz** -

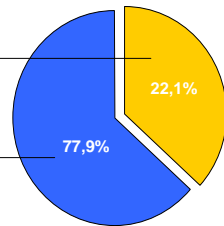
in Filialen **mit**  
Werbedameneinsatz  
für die Marke



Neukäufer der Marke  
kein Kauf der Marke  
in den 6 vorherigen  
Monaten

Wiederkäufer der Marke  
mindestens ein Kauf  
der Marke in den 6  
vorherigen Monaten

in Filialen **ohne**  
Werbedameneinsatz  
für die Marke



Berichte können auf Basis ausgewählter **Filialen** erstellt werden, auf die im Extranet nicht eingeschränkt werden kann:

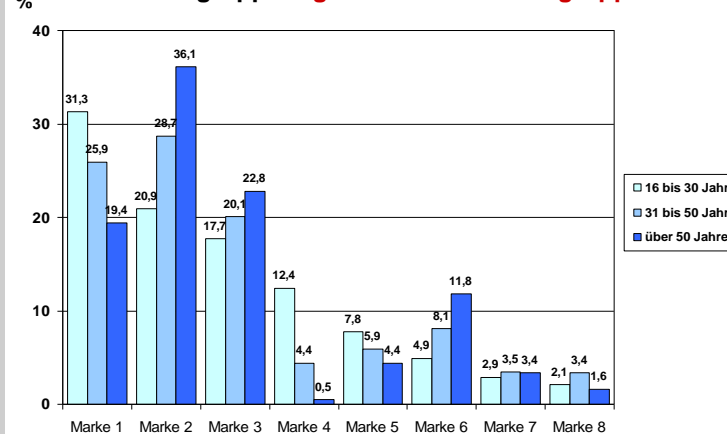
- statt alle Filialen:
  - Filialen mit bestimmten Promotionmaßnahmen
  - Filialen mit bestimmtem Layout
  - Filialen in einer bestimmten Region oder Lage

Berichte können für ausgewählte **Personengruppen** erstellt werden, die im Extranet nicht definiert werden können:

- statt alle Käufer mit Paybackkarte:
  - Käufer mit bestimmtem Alter oder Geschlecht
  - Empfänger eines Mailings
  - Käufer bestimmter Artikel/Marken
  - Käufer mit einem bestimmten Einkaufsverhalten

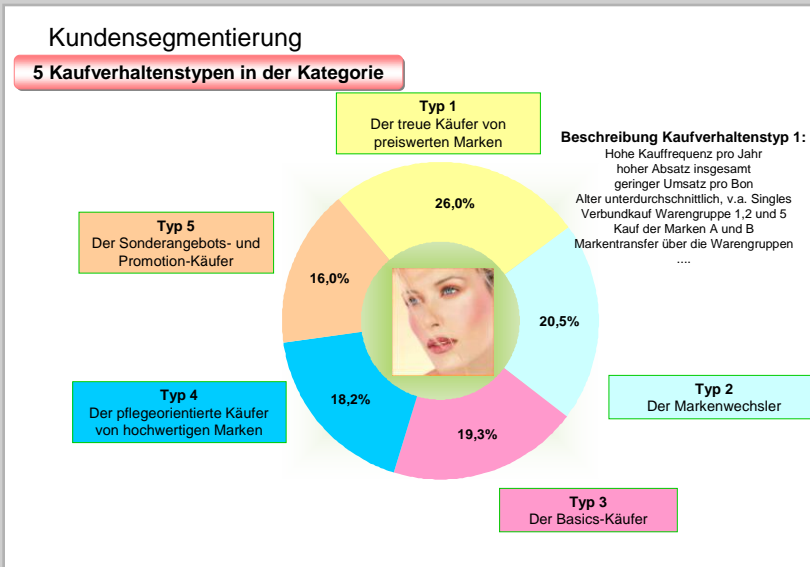
### Käuferreichweite

- Warengruppe X **getrennt nach Altersgruppen** -



# Shopper Insights durch Customer Relationship Management

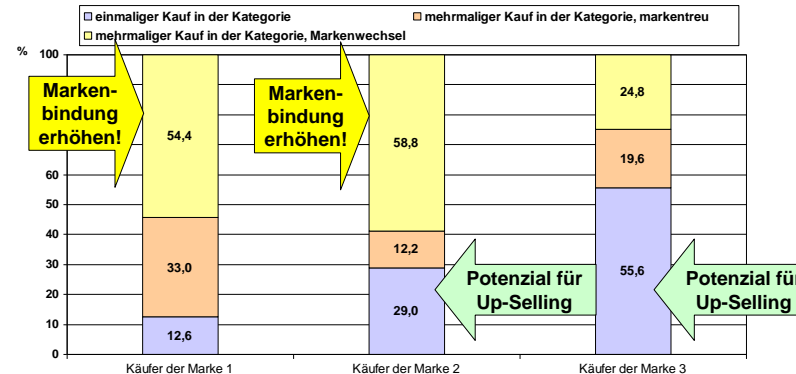
## Kaufverhaltenstypen und Potenziale



- Sie gewinnen wertvolle Erkenntnisse über die **Kaufverhaltenstypen** in der für Sie relevanten Kategorie.
- Diese Kaufverhaltenstypen mit ihren spezifischen Bedürfnissen müssen bei der Planung von Maßnahmen im Marketing oder Category Management berücksichtigt werden.

- Durch die Analyse des Warenkorb und des Einkaufsverhaltens in einer Kategorie ergeben sich wertvolle Hinweise auf **Up-Selling-Potenziale**.
- Der Verbundkauf zwischen Kategorien zeigt **Cross-Selling-Potenziale** auf.

### Einkauf in der Kategorie innerhalb eines Jahres – Marken im Vergleich





Ihre Ansprechpartner bei IFM MANNHEIM:

Dipl. Psych. Frank Satter

Leiter CRM

☎ 0621 / 17 808 14

✉ frank.satter@ifm-mannheim.de

Dipl. Psych. Jutta Rietschel

Geschäftsleitung

☎ 0621 / 17 808 16

✉ jutta.rietschel@ifm-mannheim.de

Besuchen Sie unsere Homepage im Internet [www.ifm-mannheim.de](http://www.ifm-mannheim.de).