



# Optimierter Shopper Marketing Mix durch granulare Kundenkartenanalysen

06. Mai 2021





- > Unbeeinflusstes Käuferverhalten
- > Granulare Shopper- und Kaufverhaltens Insights
- > anonymisiert



- > Große Fallzahlen in experimentellen Tests
- > Geschlossene Gruppe regelmäßiger Käufer
- > Einkaufsdynamiken / Reaktionsmessung auf Stimulus



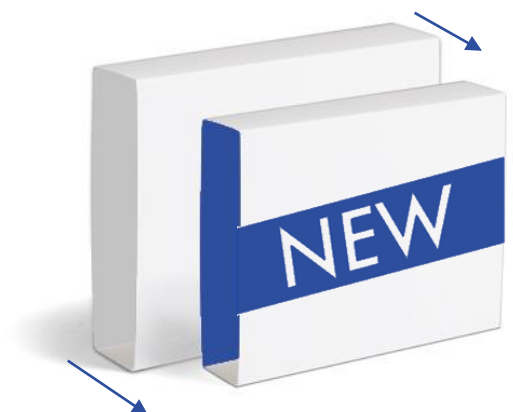
- > Über 15 Jahre Analyse von Kundenkartendaten
- > Expertise in 10 Ländern mit Karten-Programmen
- > Seit 2018 Zugang zu REWE Payback Daten

# Die Möglichkeiten.

Mithilfe von Kundenkarten kann im Rahmen von Test-Szenarien auf relevanter Haushaltsbasis ein detailliertes Shopper- und Kaufverhaltens-Verständnis zur Optimierung des Shopper Marketing Mix generiert werden.



# Die Beispiele.



## Überprüfung einer Line Extension in Dauerlistung vor nationaler Einführung

- > Real Life Storetest in 16 Rewe Märkten
- > Analyse von über 35.000 Haushalten mit regelmäßiger Kundenkarten Nutzung

? **Wie ist die Shopper Interaktion zwischen den Produkten ?**



## Launch Insights mit paralleler Einführung einer Impuls Packung

- > Real Life Storetest in 20 Rewe Märkten
- > Analyse von über 40.000 Haushalten mit regelmäßiger Kundenkarten Nutzung

? **Können mit der Impuls Packung zusätzlich Shopper aktiviert werden?**

# Die Line Extension in Dauerlistung.

- > Steigerung der Gesamt-Markenreichweite  
**+ 50 %**



- > Ausgaben Verlust pro Käufer auf Basis Marke  
**- 7 %**



- > Kategorie Wiederkauf stabil  
**+ 1 %**



- > Line Extension niedrige Stückzahlen pro Kaufakt  
**1,03**



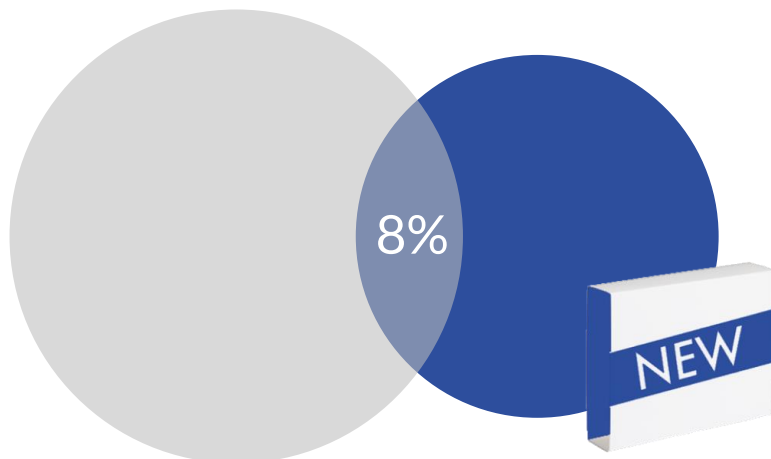
- > Line Extension vergleichsweise hoher „Heavy Buyer“ Anteil



**Multi-Buy Aktionen in Kombination mit Basis Marke**

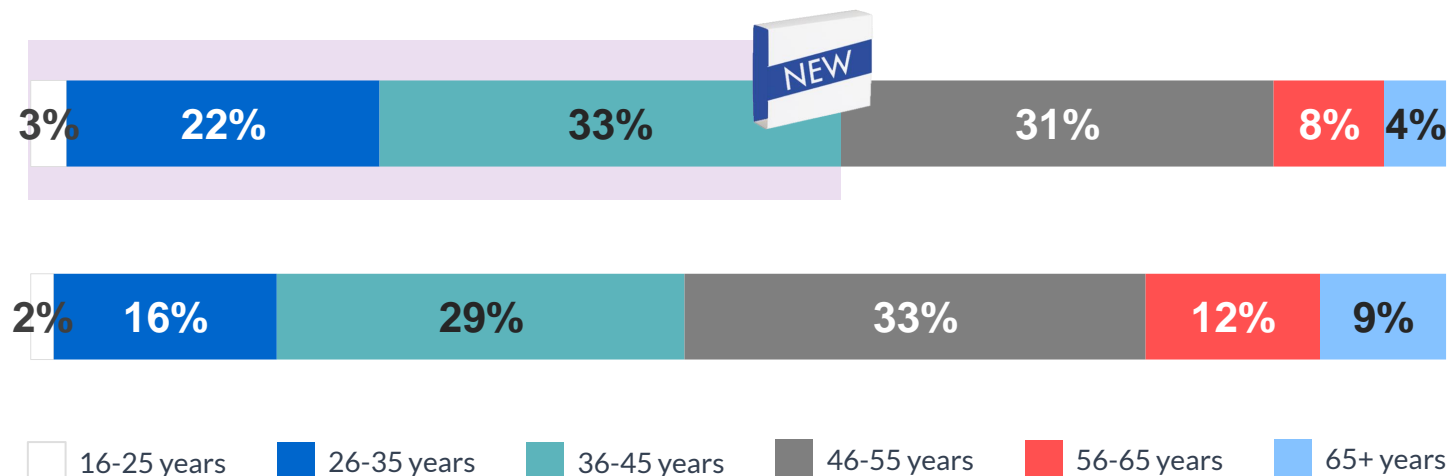


# Die Line Extension in Dauerlistung.



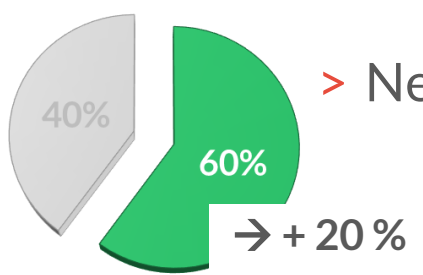
> Geringe Käuferüberschneidung zur Basis-Marke  
**< 10 %**

> Vergleichsweise jüngere Käufergruppe



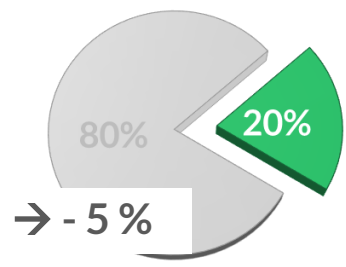
 **Digitale Formate zur gezielten Ansprache junger Käufergruppe**

# Die Line Extension in Dauerlistung.



> Neukäuferaktivierung Basis-Marke  
**+ 20 %**

> Sourcing aus Kategorie  
**-5 %**



> Sourcing aus Subkategorie  
**+ 60 %**

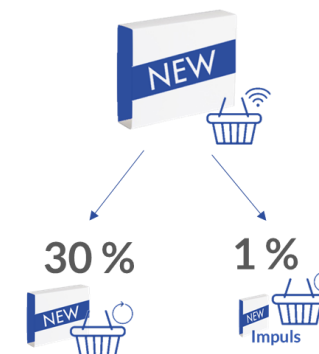
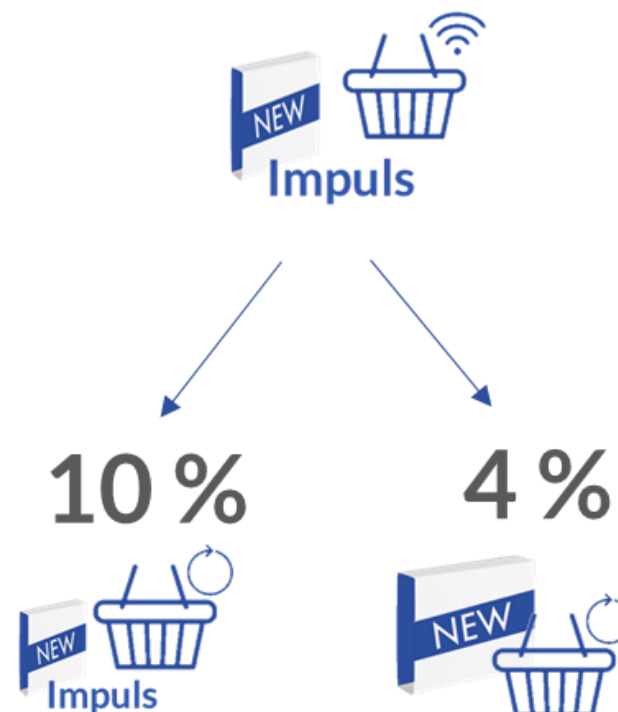
 **Couponing Maßnahmen zur Käuferaktivierung aus der Kategorie**

# Die Impuls Packung Launch Insights.



> Impuls Packung Reichweite  
 $\frac{1}{7}$   
der Standard Packungsgröße

- > Impuls Packung eigenständiges Format
- > Wiederkaufverhalten mit Standard Packung gering



 **Impuls Packung nicht geeignet für Conversion zur Standard Packung**



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.**

Kontaktieren Sie mich bei Fragen sehr gerne!



Shopper. Data. Knowledge. Actions.



**Anja Crummenauer**

Director Shopper Analytics

Yagora GmbH

Dornhofstr. 69

63263 Neu-Isenburg

Tel. +49 (0) 6102-29036-0

[anja.crummenauer@yagora.com](mailto:anja.crummenauer@yagora.com)