

SHOPPER FEEDBACK

Nowoczesna metoda analizy potrzeb
i satysfakcji klientów

inquiry

MARKET
RESEARCH



Od ponad 10 lat prowadzimy badania konsumenckie dla klientów z branży FMCG, sieci detalicznych oraz centrów handlowych.

- ✓ Dostarczamy narzędzi pozwalających na **monitorowanie i analizę wizerunku oraz znajomości marki** w czasie rzeczywistym.
- ✓ Dzięki zastosowaniu nowoczesnych metod badawczych, **umożliwiamy bezpośrednią komunikację z klientem**, pozwalającą poznać jego potrzeby i opinie.



Shopper Feedback to narzędzie pozwalające poznać opinie i wrażenia klientów za pomocą internetowej platformy, do której dostęp otrzymują specjalnie dobrani uczestnicy, np. klienci konkretnej sieci sklepów lub centrum handlowego.



Uczestnicy badania dostają link do swojego profilu na specjalnej platformie internetowej lub otrzymują zaproszenie do pobrania aplikacji. Po zalogowaniu mogą publikować posty, przysyłać zdjęcia i filmy oraz brać udział w dyskusjach na forum.

Wykwalifikowani moderatorzy oraz osoby zarządzające marką otrzymują dostęp do panelu, za pomocą którego mogą zadawać uczestnikom pytania, tworzyć ankiety i rankingi, testować nowe kampanie, produkty lub usługi, etc.

Shopper Feedback umożliwia:

- ✓ Identyfikację i śledzenie trendów wśród grupy docelowej;
- ✓ Generowanie i ocenę pomysłów na nowe produkty i usługi;
- ✓ Ocenę dotychczasowych doświadczeń klientów z daną marką, produktem lub usługą za pomocą np. dziennika lub bloga;
- ✓ Jakościowe monitorowanie wizerunku marki i jej pozycji wobec konkurencji;
- ✓ Rozpoznawanie nowych rynków i grup docelowych;
- ✓ Uzyskanie nowych wniosków, trudnych do uchwycenia innymi metodami badawczymi.



Jak żadna inna metoda badania satysfakcji i opinii klientów, Shopper Feedback umożliwia na interaktywne poznawanie preferencji grupy docelowej.



MARKER

Za jego pomocą uczestnicy zaznaczają fragmenty reklamy, opakowania czy produktu, na które zwrócili szczególną uwagę.

Narzędzia systemu Shopper Feedback są intuicyjne w obsłudze – zadania mogą tworzyć zarówno osoby zarządzające marką, jak i nasi wykwalifikowani moderownicy.



GALERIA ZDJĘĆ

Dzięki temu narzędziu uczestnicy tworzą ranking produktów lub usług, które szczególnie przypadły im do gustu.

Shopper Feedback, w odróżnieniu od innych metod badawczych:



**Umożliwia nawiązanie dialogu
z uczestnikami badania**

**Oferuje różnorodność
zebranych materiałów**



**Pozwala na długotrwały
kontakt z uczestnikami badania**

**Wzmacnia więź
uczestników z marką**



Shopper Feedback, inaczej niż tradycyjne metody badawcze, oferuje **natychmiastowe odpowiedzi** i **możliwość dialogu**.



Nie tylko nasi badacze, ale również osoby zarządzające marką mogą na bieżąco obserwować dyskusje oraz przeglądać materiały nadesłane przez uczestników badania.

Jest to szczególnie przydatne podczas opracowywania nowych konceptów – za pomocą Consumer Feedback można zbadać coraz to nowe wersje produktu, reklamy czy opakowania z uwzględnieniem sugerowanych zmian.

Zebrane za pomocą Shopper Feedback wypowiedzi są niezwykle różnorodne i pozwalają na **poznanie różnych aspektów** dotyczących badanego tematu.



Wypowiedzi uczestników udzielane podczas standardowych badań ograniczone są często do warstwy werbalnej. Dzięki Consumer Feedback uczestnicy mają możliwość przedstawienia swoich opinii i pomysłów na wiele różnych sposobów: za pomocą zdjęć, filmów, rysunków, krótkich komentarzy, ankiet i wielu innych.

Jedną z głównych zalet Shopper Feedback jest ich **długotrwały kontakt z uczestnikami.**



Consumer Feedback daje możliwość utrzymywania długotrwałego kontaktu z grupą wybranych uczestników – możliwe są nawet kilkumiesięczne projekty. Dzięki temu możliwe jest dokładne poznanie preferencji i potrzeb grupy docelowej.

To co wyróżnia Shopper Feedback na tle innych metod badawczych, jest **zaangażowanie uczestników** badania.



Uczestnicy mają poczucie realnego wpływu na proces powstawania nowego produktu, usługi czy reklamy. Mają wolność w doborze zarówno formy jaki i czasu wypowiedzi. To sprawia, że czują się wysłuchani - taka forma komunikacji umacnia więź z marką.

W Inquiry łączymy pasję z ponad 10-letnim doświadczeniem. Zaufali nam między innymi:

The logo for CBRE, consisting of the letters 'CBRE' in a bold, green, sans-serif font.The logo for W. KRUK, featuring the text 'W. KRUK' in a gold, serif font above the year '1840' in a smaller, gold, sans-serif font.The logo for SIMPLE, with the word 'SIMPLE' in a large, black, serif font and 'CREATIVE PRODUCTS' in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for MARKS & SPENCER, with 'MARKS &' in a black, sans-serif font and 'SPENCER' in a larger, black, sans-serif font below it.The logo for Carrefour, featuring the word 'Carrefour' in a blue, sans-serif font.The logo for Auchan, featuring the word 'Auchan' in a red, sans-serif font with a green bird icon above the 'A'.The logo for Smyle, featuring the word 'Smyle' in a colorful, blocky font with 'Cały dla małych!' in a red, sans-serif font below it.The logo for SEPHORA, featuring the word 'SEPHORA' in a black, sans-serif font.The logo for ECHO investment, featuring the word 'ECHO' in a large, black, sans-serif font above 'investment' in a smaller, black, sans-serif font.



AGNIESZKA GÓRNICKA

Prezes zarządu

telefon +48 601 406 624

e-mail a.gornicka@inquiry.com.pl

web www.inquiry.com.pl

Należymy do międzynarodowej sieci Digital Insight Network,
zrzeszającej firmy wyspecjalizowane w wykorzystywaniu
narzędzi internetowych do badań konsumenckich.

