

PbS Compass



Die Forschungs- und Beratungsplattform für den Handel

Die isolierte Betrachtung von Einzelaspekten der Performance am POS bietet den Unternehmen in der Regel nur eine unzureichende Entscheidungsgrundlage für eine **markt- und kundengerechte Weiterentwicklung von Produkten, Services und Prozessen**.

Dies ist der Hintergrund für die Entwicklung von PbS Compass, einer **ganzheitlichen Forschungs- und Beratungsplattform** zur Optimierung sowohl der strategischen als auch der taktischen Ausrichtung am POS.

Auf der **strategischen Ebene** fokussiert PbS Compass die Funktionen und Prozesse zur Steigerung des Kundenwertes, der Profitabilität von Kundenbeziehungen und damit des Unternehmensergebnisses. Es erfasst dabei alle Akteure am POS sowie deren Beziehungen zueinander: Kunden, Markenartikler, Händler und Mitarbeiter.

Auf der **taktischen Ebene** gibt PbS Compass Empfehlungen zur Gestaltung von Sortiment, Platzierung, Preis, Promotion und Prozessen am POS.

Eine typische Fragestellung:

Der Ansatz und die Lösungswege bei PbS Compass sollen nachfolgend an Hand einer typischen Fragestellung illustriert werden:

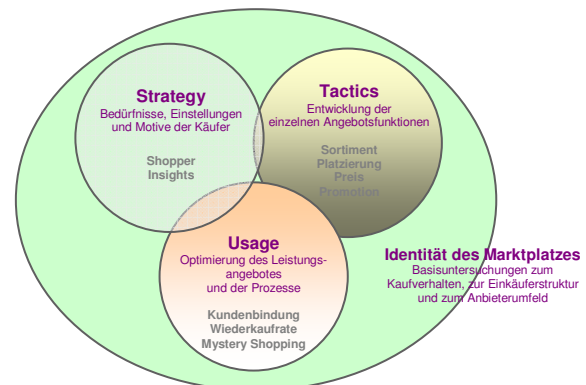
Ausgangslage: Eine Handelskette möchte ihre Optionen für eine Erhöhung der Profitabilität verschiedener Filialen überprüfen. Ziel ist die Erarbeitung von fundierten Handlungsempfehlungen.

Ansatz: Der auf der Grundlage von PbS Compass entwickelte Lösungsansatz sieht eine Überprüfung des gesamten Markt- und Wettbewerbsumfeldes der betroffenen Filialen vor.

Eingesetzte Tools: Das Spektrum der dabei eingesetzten Verfahren und Methoden reicht von der Potenzial-, Abschöpfungs- und Kaufverhaltensanalyse in den Einzugsbereichen, über die Erhebung des Kundenbindungsstatus, eine Mitarbeiter-/Händlerbefragung bis zu POS-Beobachtungen/Mystery Shopping und Kundenlaufstudien.

Charakteristisch für PbS Compass ist der modulare Aufbau eines individuellen Projektdesigns, so dass auch Teilsichten auf den POS möglich sind, ohne die Implikationen auf angrenzende Fragestellungen zu vernachlässigen.

PbS Compass verbindet alle relevanten Ebenen der Marktforschung und Beratung im Handel



- Durch eine Analyse der „**Identität des Marktplatzes**“ werden die Grundlagen zu Kaufverhalten, Einkäuferstruktur und Anbieterumfeld erhoben.
- Der Bereich „**Strategy**“ beschäftigt sich mit den grundlegenden Bedürfnissen, Einstellungen und Motiven der Käufer („Shopper Insights“). Daneben geht es um Innovationen am POS und den Test von Angebots- und Servicekonzepten.
- „**Tactics**“ ist der Oberbegriff für die Entwicklung der einzelnen Angebotsfunktionen (Sortiment, Platzierung, Preis, Promotion usw.)

- Im Bereich „**Usage**“ schließlich geht es um die Optimierung des Leistungsangebotes und der Prozesse, also z.B. die Themen „Kundenbindung“, „Mystery Shopping“ oder „Mitarbeitercommitment“.

Die Identität des Marktplatzes

Untersuchungen zum Kaufverhalten, zur Einkäuferstruktur und zum Anbieterumfeld bilden die Datenbasis für die Bewertung eines Marktplatzes:

- Strukturanalysen zum aktuellen Verhalten der Käufer, zur Kundenstruktur und zur Bedeutung der einzelnen Anbieter im Einzugsbereich
- Bewertung alternativer Standorte inkl. Potenzialabschätzungen auf der Grundlage von Basismarktdaten und unter Berücksichtigung der Einflussfaktoren am Standort (u.a. Markttyp, Lage, Kaufkraft)

Baustein "Strategy": Bedürfnisse, Einstellungen und Motive der Käufer

Mit Hilfe der Methoden, Verfahren und Tools im Baustein *Strategy* gewinnt der Händler alle Informationen, die für die grundlegende Positionierung seines Angebotes im Markt relevant sind:

- Einstellungen und Meinungen zu den aktuellen Anbietern
- Ermittlung von Marktchancen und Marktbarrieren
- Identifikation der relevanten Marktsegmente, ihrer Anforderungen, Bedürfnisse und Motive
- Entwicklung kreativer Angebots- und Vermarktungsideen aus der Perspektive des Marktes - aktueller und potenzieller Kunden
- Test von Vermarktungskonzepten unter Realbedingungen („*Shopper Clinics*“)
- Entwicklung von Optionen der Marktstrategie und von Vermarktungskonzepten unter Berücksichtigung von Kunden und Wettbewerbsumfeld

Baustein "Tactics": Entwicklung der einzelnen Angebotsfunktionen

Angebots-, Produkt- und Kommunikationstests im Baustein *Tactics* dienen der Erhöhung der Akzeptanz des Angebots bei den Kunden noch vor der Marktreife:

- Abdeckung aller Funktionen im Marketingmix: Sortiment, Produkt, Preis, Verpackung, Platzierung und Promotion
- Verbesserung der Marktchancen, Vermeidung von Entwicklungsfehlern und Verringerung des „Flop-Risikos“ durch Einbindung der Kunden auch bei der konkreten Definition des Angebotes
- Optimierungsempfehlungen nicht nur im Hinblick auf eine „Go“/„No Go“-Aussage, sondern darüber hinaus auch bezüglich Positionierung, USP-Entwicklung, Zielgruppenanpassung u.ä.

Baustein "Usage": Der POS Compass: Der 360 Grad Blick am POS

Der POS Compass ist eine Spezialmethodik für die fokussierte Optimierung des Leistungsangebotes und der Kaufprozesse, d.h. primär des Themas „Usage“ in PbS Compass.



In vier Modulen werden dabei alle wesentlichen Funktionen am POS untersucht:

- **Site Compass:** „Inventur“ des Verkaufsrums/ der Anlage und Beschreibung des Wettbewerbsumfelds
- **Visitor Compass:** Stärken- und Schwächenanalyse aus Kundensicht (inkl. Zufriedenheits- und Loyalitätsabfrage)
- **Mystery Compass:** Aufdeckung von Stärken und Schwächen bezogen auf die Qualitätsvorgaben durch einen verdeckten Test aller Nutzungsbereiche
- **Distribution Compass:** Erfassung der subjektiven Wahrnehmung der Verkäufer/Händler/Pächter am POS mit allen relevanten Qualitätsdimensionen von Zufriedenheit und Commitment.

Der USP des POS Compass ist die zeitnahe Erhebung und die integrierte Berichterstattung für alle vier Themenbereiche auf der Grundlage von Indices, die ein internes und externes Benchmarking der Ergebnisse ermöglichen.

PbS Compass: Die ganzheitliche Sicht auf den POS

- PbS Compass bietet eine Forschungs- und Beratungsplattform zur Optimierung der strategischen Ausrichtung und der taktischen Handlungsfelder am POS.
- PbS Compass identifiziert die Stellschrauben für eine Unternehmens-Performancesteigerung und ist damit die Basis für eine konkrete Maßnahmenplanung.
- Die Plattform ist modular aufgebaut und kann je nach Informationsbedürfnissen flexibel Ihren Wünschen angepasst werden.
- Die Spezialmethodik POS Compass gibt einen fokussierten Überblick über die Kaufprozesse und definiert die Handlungsfelder zu deren Optimierung.



Marktanalyse & Beratung

PbS AG
 Infanteriestraße 19 Haus 4a
 D-80797 München

tel + 49 - 89 - 30 65 82 – 0
 fax + 49 - 89 - 30 65 82 – 101
 mail pbs@pbs-ag.de
 web www.pbs-ag.de