

Wohin läuft der Kunde?

Convenience in der Entwicklungsphase

Convenience Day Österreich 2010 - 12.10.2010

Florida Tower in Wien

Patrik Jacob, USP Retail Consulting

PJ 12.10.2010



sense within complexity
sense within complexity
sense within complexity
sense within complexity
sense within complexity

USP market intelligence

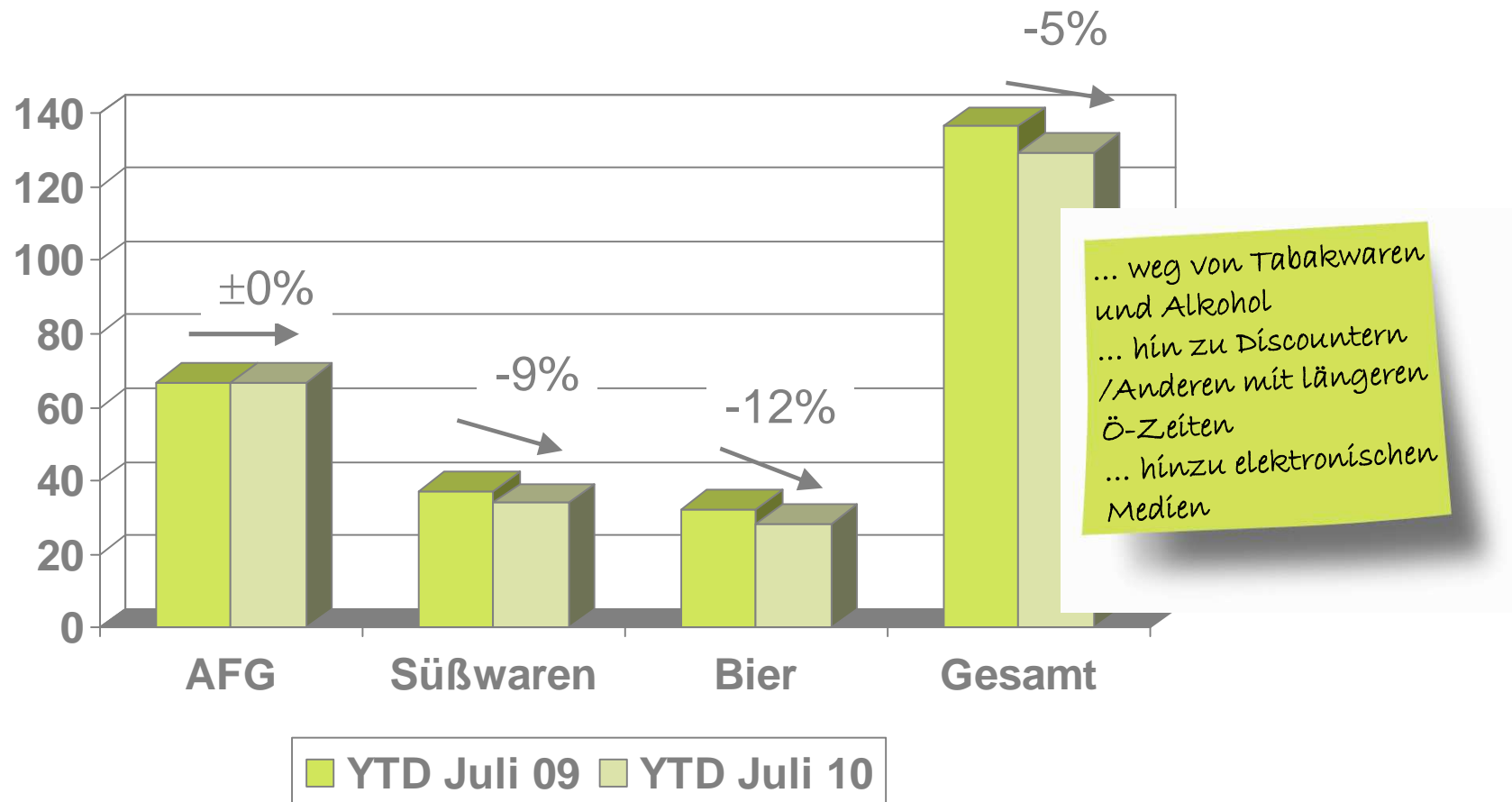
The Nielsen Company

Öst
n, Fl
Retail Consulting

Wohin läuft der Kunde?

... den Tankstellen-Shops davon

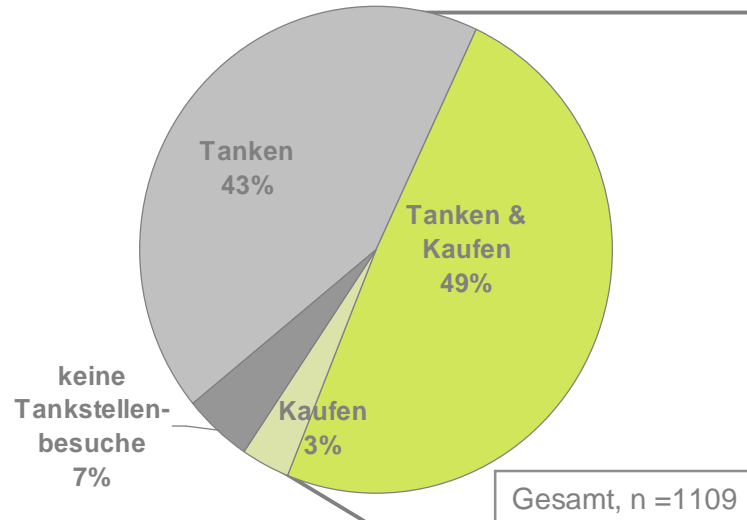
Trend Tankstellen Österreich



Quelle: USP / The Nielsen Company; Purchase Panel

Warum kommen Sie generell zu einer Tankstelle? Wie häufig besuchen Sie Tankstellen, um zu tanken oder etwas im Tankstellenshop einzukaufen?

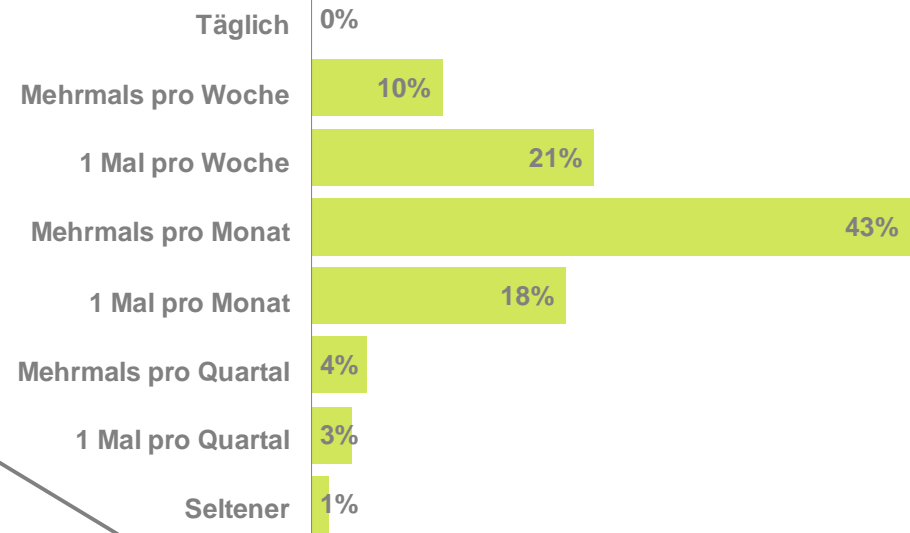
Besuchsgrund generell



Nur 16% der Befragten besucht einen Tankstellenshop mindestens 1x pro Woche

⇒ hoher Anteil Nichtkunde, vergleichsweise geringe Nutzungsintensität, eher unregelmäßig

Besuchshäufigkeit



Tankstellenshopper gesamt, n=581

Wohin läuft der Kunde?

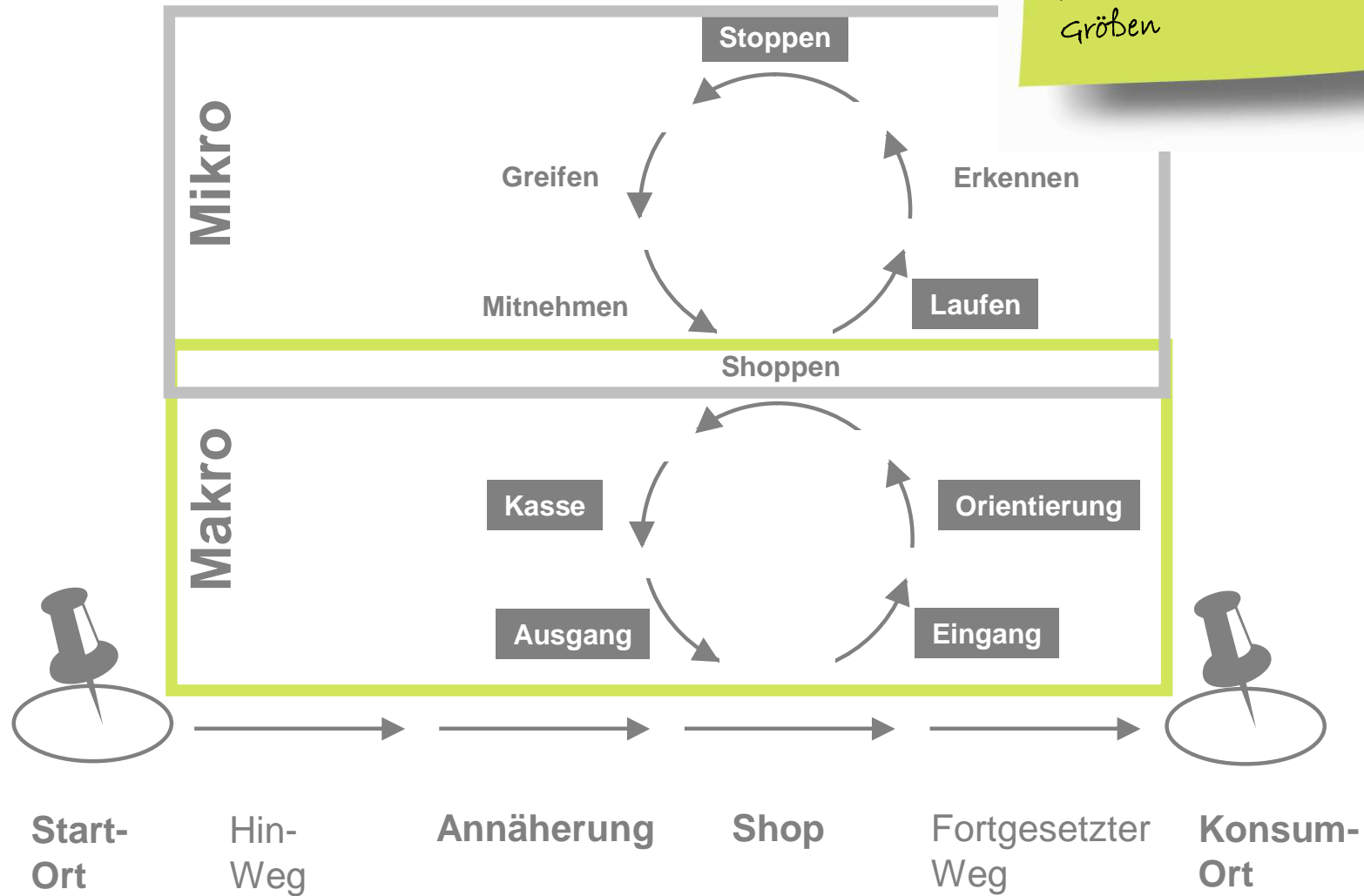
Rückbesinnung auf
die Besonderheit der
Convenience-Kanäle:
Der besondere
Customer - Journey

... von
A nach B
über C

Die Theorie

Total Customer Journey

*In weißer Schrift:
Die heute recht einfach
direkt messbaren
Größen*



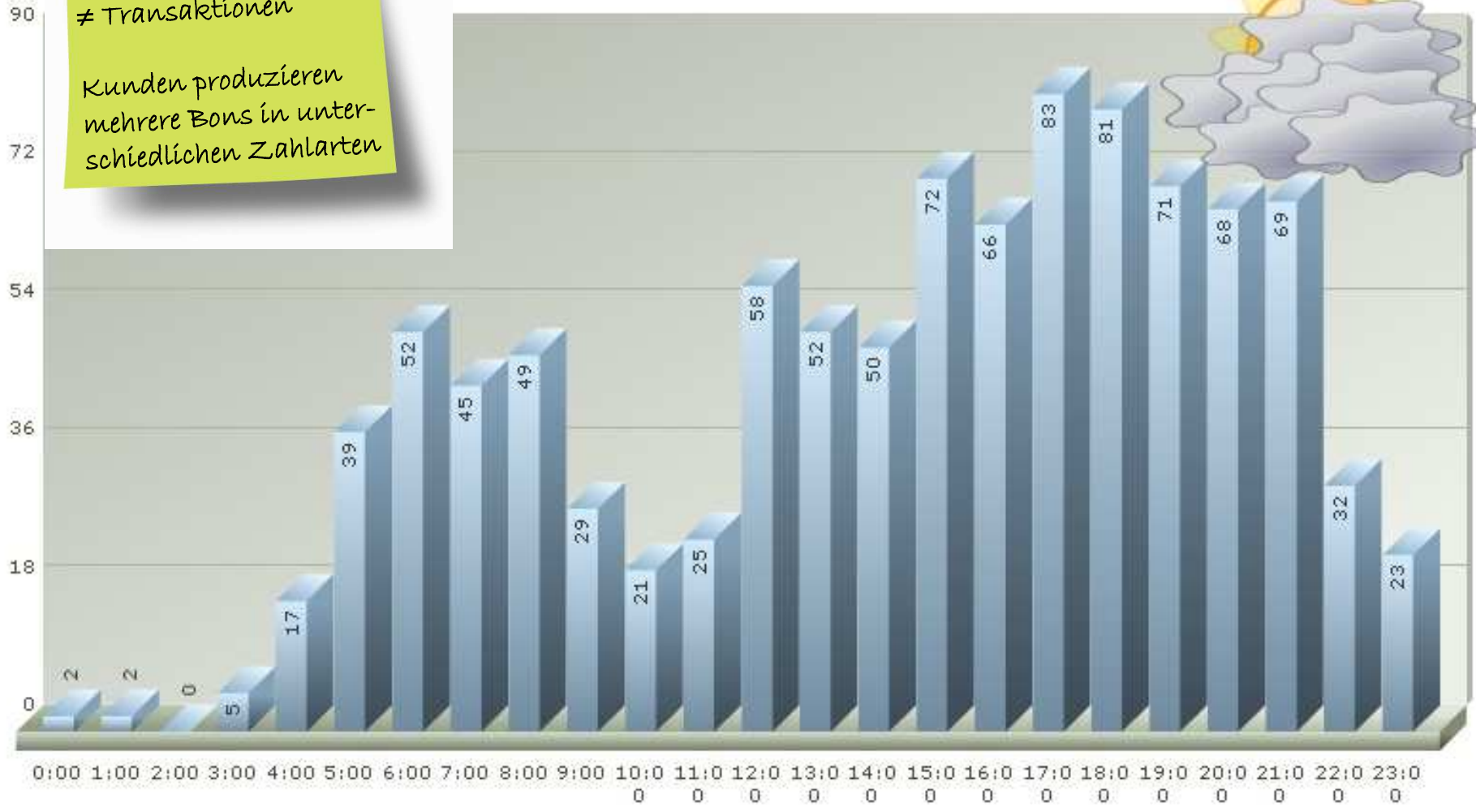
Die Messung

Besucher-Zählung

Kunden \approx Besucher
 \neq Transaktionen

Kunden produzieren
 mehrere Bons in unter-
 schiedlichen Zahlarten

Day Overview for 2010-10-07



Frequenz-Wolke



Laufwege



Haltepunkte und -zeiten



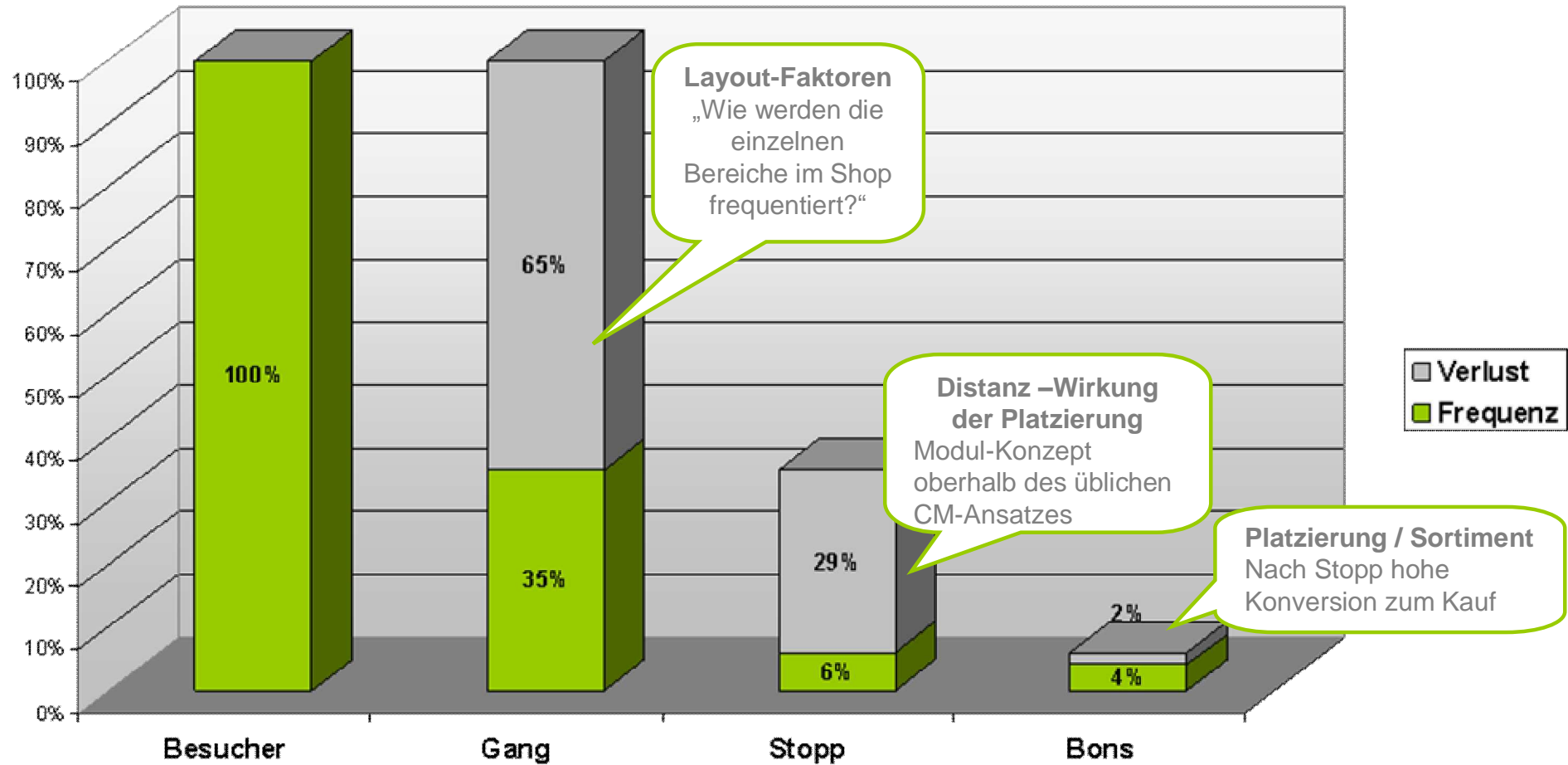
Die Praxis

Konversionsanalyse

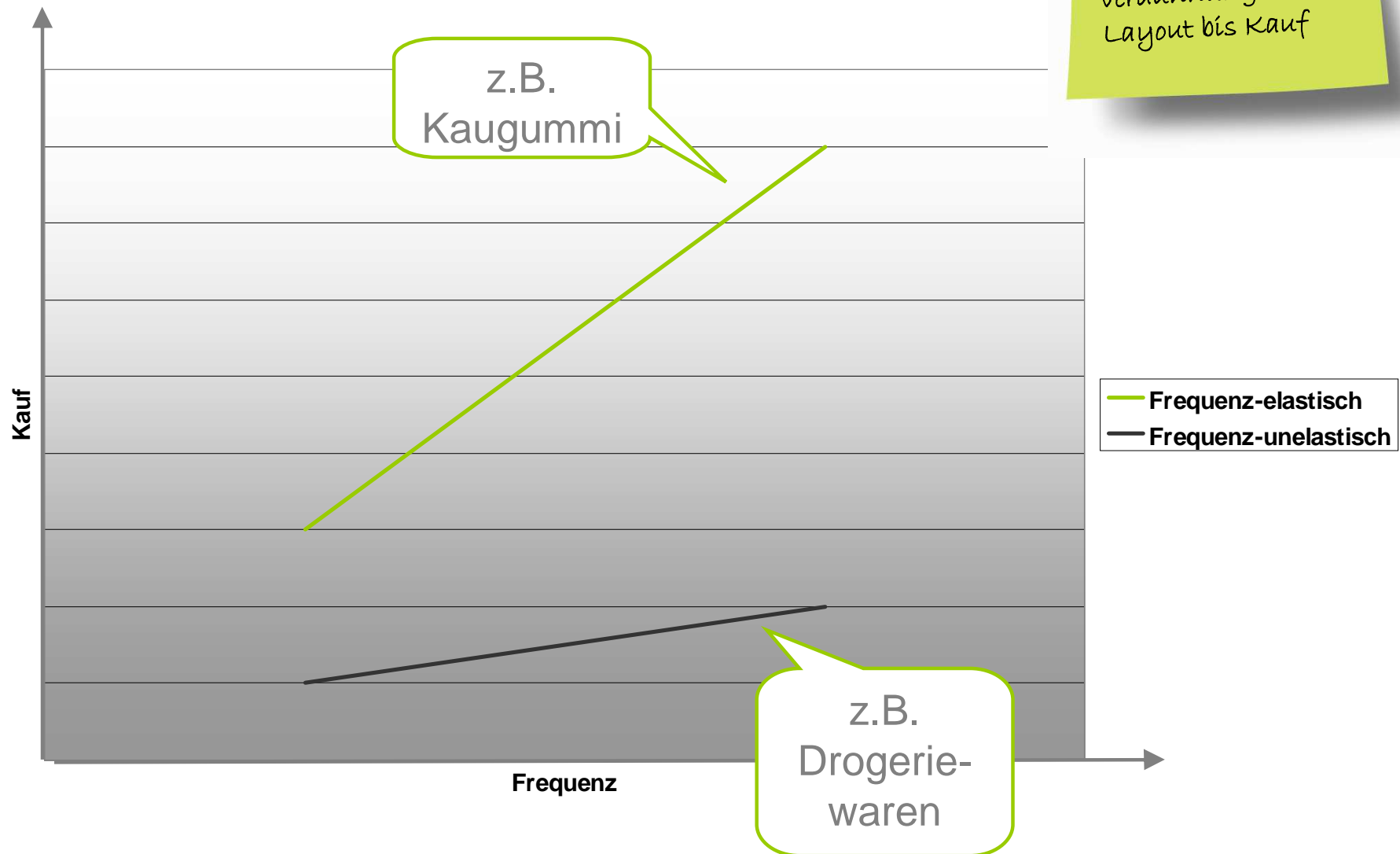


Konversionsanalyse

Frequenzverdünnung



Impuls - Elastizität



Kasse & Kühlung

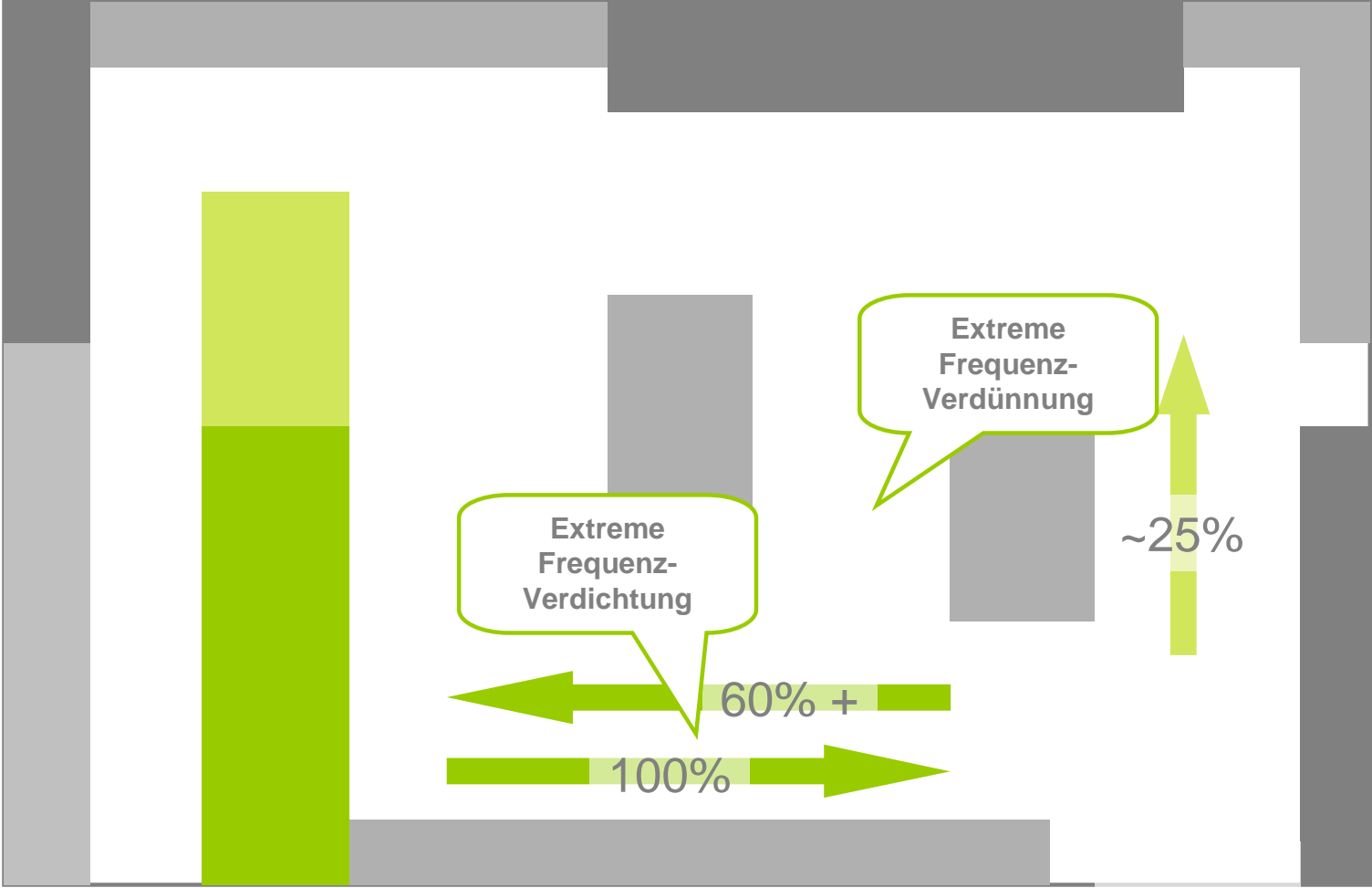


+ Presse und Autobezogenes Sortiment



Ein Beispiel

Kassenzone heute



Kassenzone voll ausschöpfen



Tankstellenshop
in Deutschland

Kassenzone voll ausschöpfen



Centra Store
Dublin, Parnell Street

oder Kasse pur ?

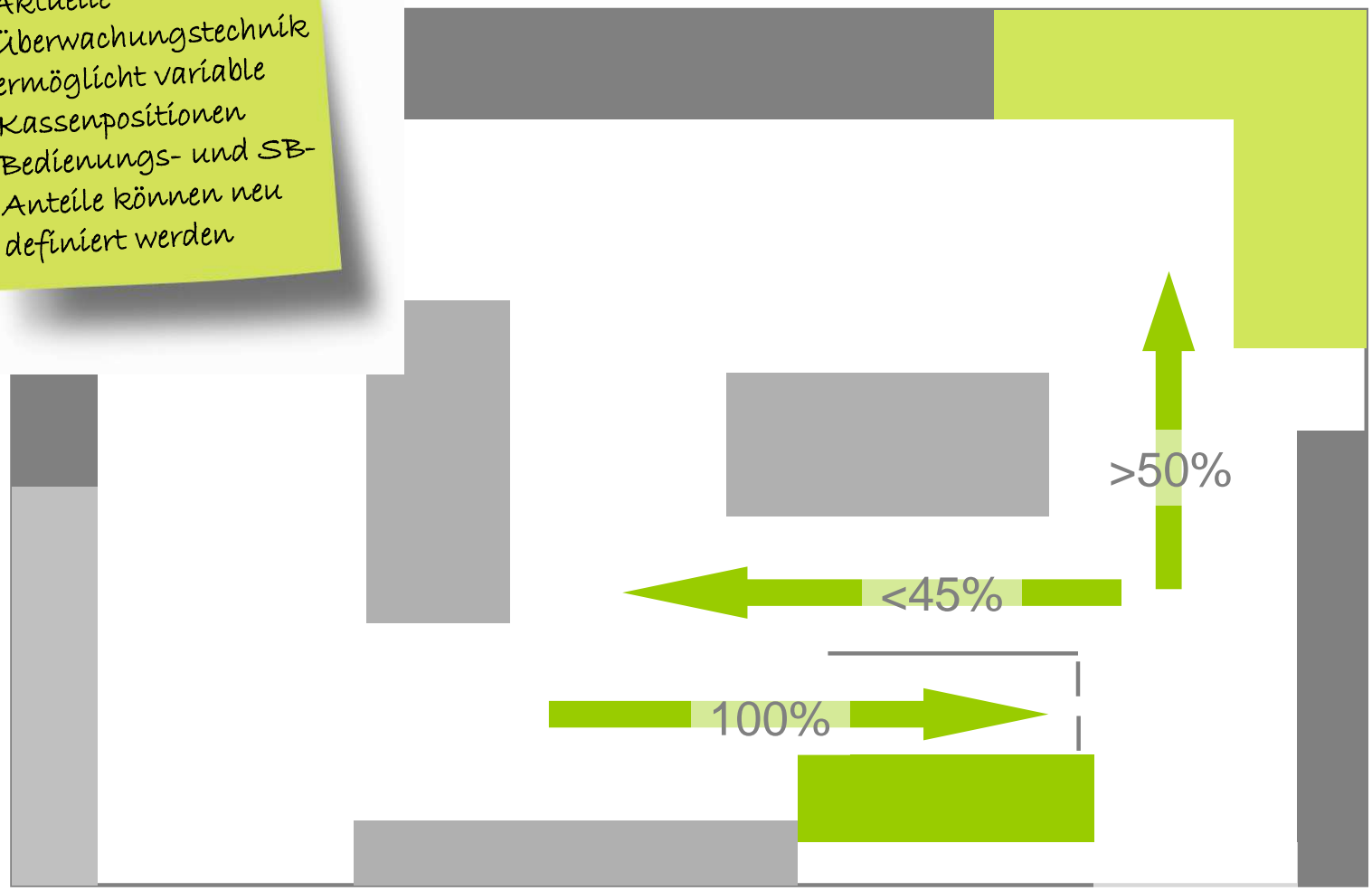


Marks & spencers
Simply Food

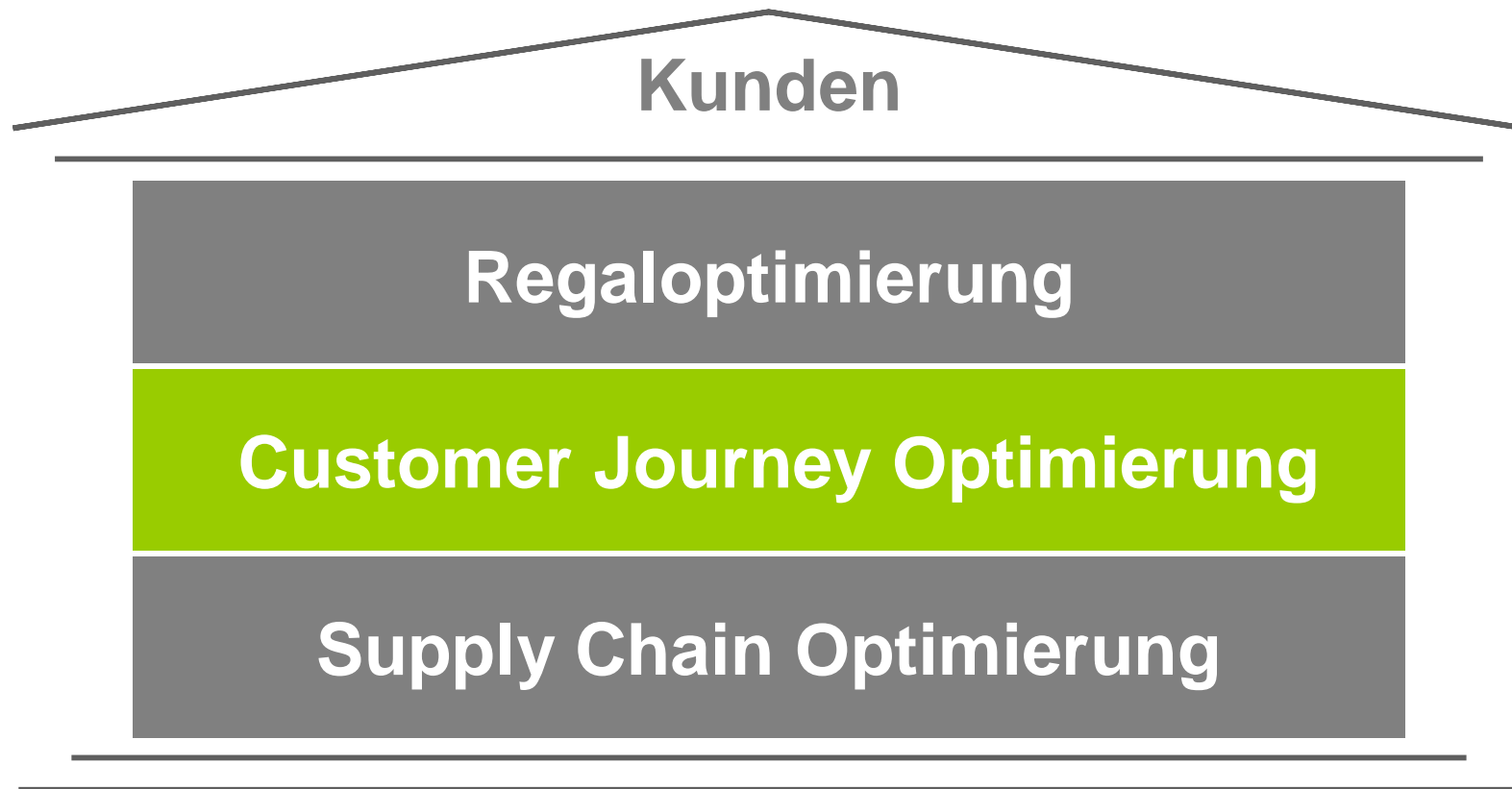
London
St.Pancras Station

Neue Ideen

Aktuelle Überwachungstechnik ermöglicht variable Kassenpositionen. Bedienungs- und SB-Anteile können neu definiert werden.



Lücke geschlossen



USP market intelligence GmbH
The Nielsen Company
Lindwurmstrasse 10
80337 München

Tel.: +49 (0) 89 – 693881 – 0
Fax: +49 (0) 89 – 693881 – 513
Email: info@usp-mail.com

www.usp-research.de
www.convenience-akademie.de



Ihr Ansprechpartner:

Patrik Jacob
Retail Consulting

Ext. -576
Mobile +49 171 3086343

sense within complexity
sense within complexity
sense within complexity
sense within complexity
sense within complexity
sense within complexity
: **USP** market intelligence
The Nielsen Company