



Badania behawioralne przestrzeni zakupowej

Branch Brothers jest firmą doradczą specjalizującą się w:

- Visual merchandisingu
- Projektowaniu punktów sprzedaży
- Poprawie sklepów / likwidowaniu barier zakupowych
- Audycie i badaniu przestrzeni handlowej
- Projektowaniu oznaczeń i nawigacji
- Tworzeniu standardów ekspozycji

Wszystkie działania są ukierunkowane na **zwiększanie skuteczności punktu sprzedaży** i są prowadzone zgodnie z wiedzą o budowaniu dobrego customer experience i zasadach merchandisingu.

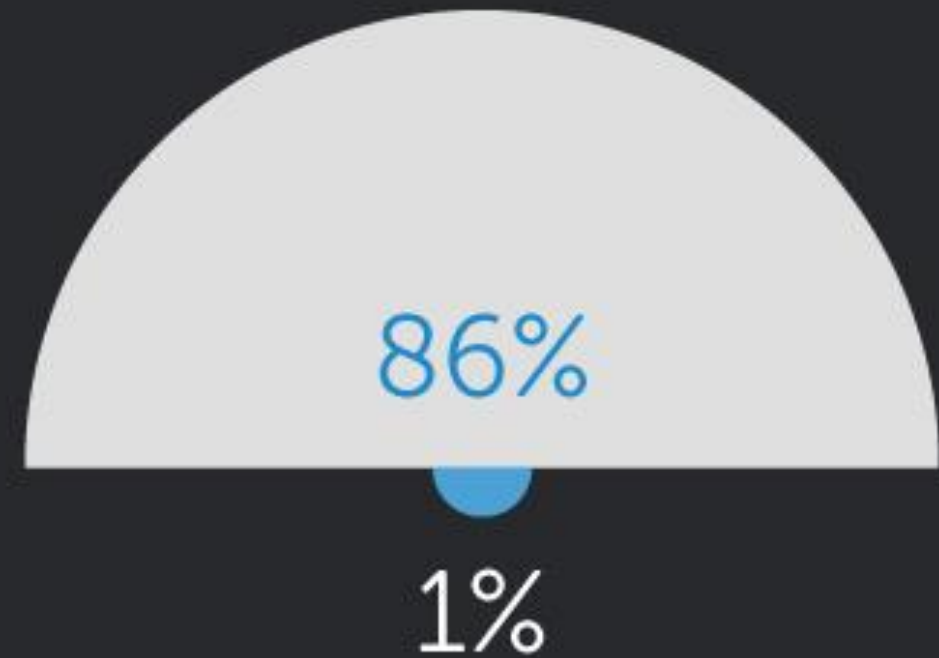


86%

of buyers will pay more
for a better customer experience,

but only **1%**
of customers feel
that vendors consistently meet
their expectations.

Source: CEI



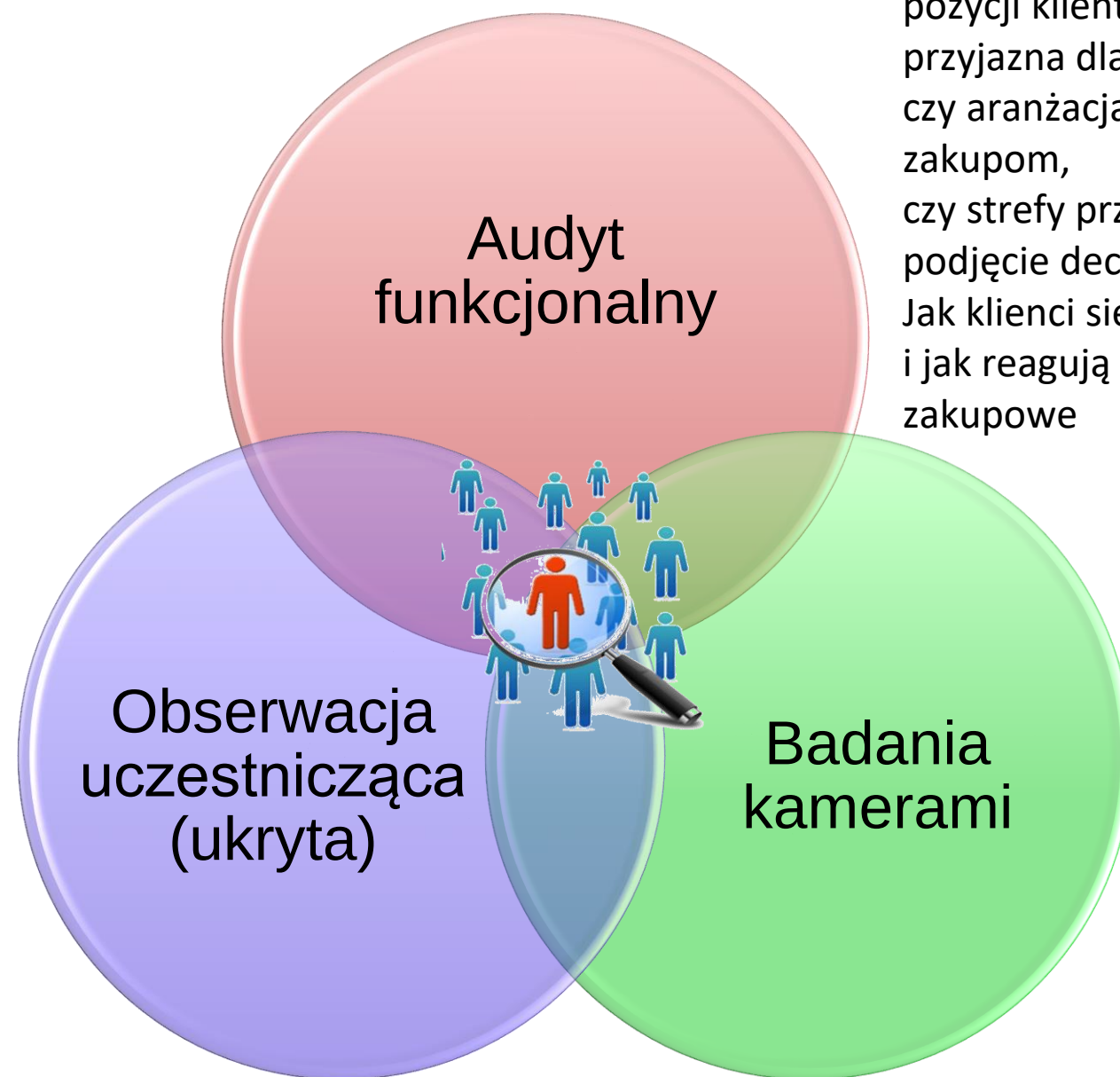
Agenda

- Badania behawioralne w przestrzeni handlowej – dlaczego warto je prowadzić?
- Analiza i interpretacja danych
- Jak określić kluczowe punkty styku z marką i jak je badać – mini – warsztaty z mapą customer journey i mapą empatii

W behawiorystyce punktem wyjścia i źródłem informacji jest obserwacja zachowań „obiektów”
Mało pytamy, dużo obserwujemy.



Badania w przestrzeni handlowej – nasz model



Narzędzie, w którym sprawdzamy z pozycji klienta: czy przestrzeń jest przyjazna dla kupujących, czy aranżacja ekspozycji sprzyja zakupom, czy strefy przymierzalni i kasy wspierają podjęcie decyzji zakupowej, itp. Jak klienci się poruszają w tej przestrzeni i jak reagują na potencjalne bariery zakupowe

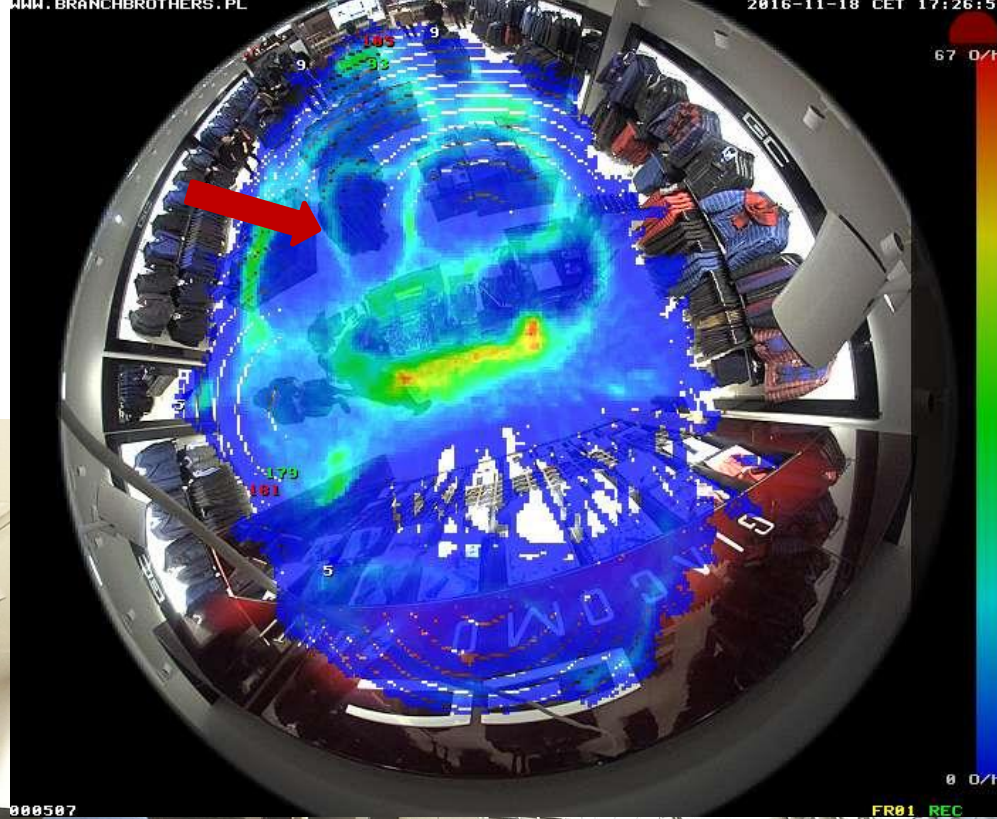
Obserwacja zachowań kupujących w trakcie zakupów z pozycji klienta, łącznie ze słuchaniem ich rozmów z personelem, osobami towarzyszącymi, itp.

Pozwala na zarejestrowanie ruchu klientów, a następnie analizę ich sposobu poruszania się po sklepie, sprawdzenie czasu przebywania w poszczególnych strefach oraz zachowań. Skorelowanie z danymi z audytu i obserwacji uczestniczącej pozwala na uzyskanie dokładniejszej wiedzy o zachowaniach zakupowych klienta.





**Branch
Brothers™**



Audyt funkcjonalny
wraz badaniem kamerami



**Branch
Brothers**

Co myśli?

Co czuje?

Co widzi?

Co robi?

**Czy będzie chciał
przyjść ponownie?**







**Branch
Brothers**

**Ludzie nie pamiętają tego,
co im zrobiłeś, lecz to,
jak się wtedy czuli.**

- Maya Angelou

**Przeanalizuj:
Co jest dla Ciebie ważne
jako dla Klienta???**

**Branch
Brothers**

doświadczenie = wspomnienie



emocje

50% klientów oczekuje, że będzie możliwość zakupu online i odbioru w sklepie

80% konsumentów przyznaje, iż lepiej ocenia propozycje marek, które może śledzić w social mediach

Dla 43% badanych niezapomniane doświadczenie z marką może sprawić, iż staną się jej ambasadorem

80% dochodu w wielu firmach pochodzi od 20% ich lojalnych klientów

71% konsumentów oczekuje, że będą mieć możliwość obejrzenia w sklepie produktów dostępnych online

- 
- A low-angle shot of a young woman with dark hair, wearing a light blue long-sleeved shirt and beige pants, jumping joyfully in a city street. She is holding up two large shopping bags, one maroon and one dark blue, with both hands. The background shows a brick building with large windows and some greenery, all slightly out of focus. A semi-transparent white box containing a list of three points is overlaid on the lower half of the image.
1. Zdobądź wiedzę o swoim kliencie, obserwując zachowania.
 2. Uporządkuj to, co wiesz. Zdiagnozuj bariery zakupowe i elementy wspierające biznes.
 3. Przygotuj doświadczenie pozytywne dla klienta.



Dziękuję za uwagę

Joanna Bociąg

E: joanna.bociag@branchbrothers.pl

T: 501 695 815