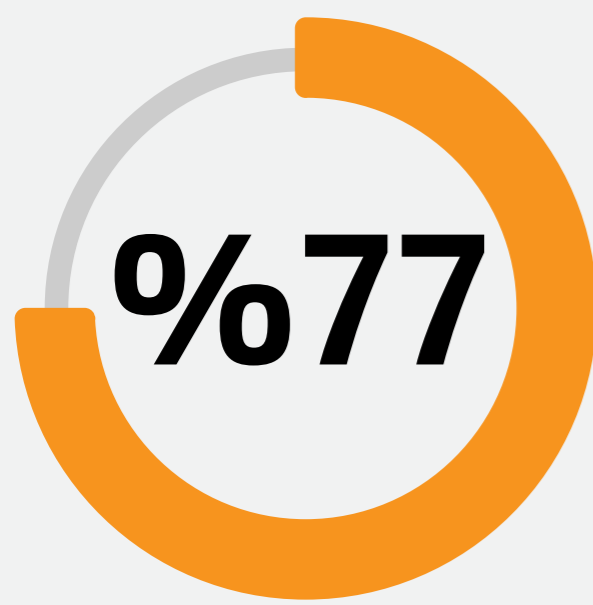


SHOPPER MARKETING

SATIŞ NOKTASI PAZARLAMA



"Markanın, alışverişçinin satın alma kararını verdiği son noktada gerçekleştirdiği iletişim faaliyetleridir."



Satınalma Noktasında Karar Verme Oranı*

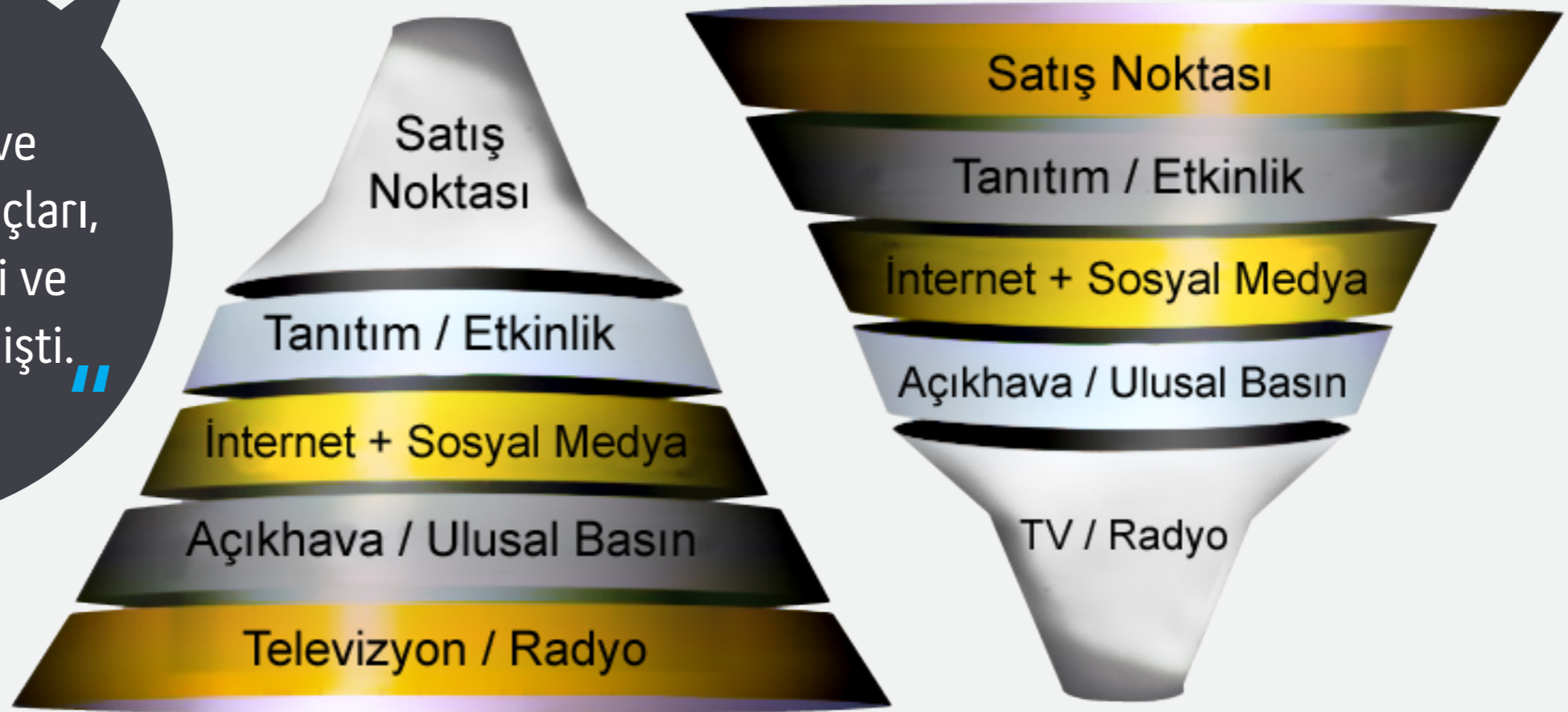
*POPAI 2013 yılı verilerine göre

"DEVİR SATIŞ NOKTASINDA İLETİŞİM DEVRİ"

Eski Durum

Yeni Durum

"Temel alışveriş ve satınalma ihtiyaçları, tüketici beklenti ve davranışları değişti."



*POPAI 2013 yılı verilerine göre

Marka Hatırlanması

"Tüketici pazarlamanın satış noktasında yapılarak, ekranlar aracılığı ile en son ürün, fırsat ve duyuruların tüketici ile paylaşılması, clip-on, alışveriş arabaları ve sabit panoları vb. alışveriş noktasındaki mecraları kullanarak da markanın hatırlanması ve farklı mesajların tanıtımında kullanılması markanız adına etkili bir iletişim imkanı sunmaktadır."

Reklamı Mağazada İzleyenler

%65

Reklamı TV'de İzleyenler

%23

Kaynak : Bob Sybol - Business Voice

Migros-Macrocenter Ortalama Ziyaret Süresi



Erişim



PERAKENDE NETWORKTE DIGIBOARD EKRANLARI AYDA 8,5 MİLYON KEZ İZLENİYOR!

