



OPUS를 통해 새로운 소비자를 유치하고, 구매 빈도를 높이며, 브랜드 충성도를 올리고, 시장 점유율 제고

풍부한 온프레미스 소비자 데이터 및 통찰력 소스인 OPUS (On Premise User Study)는 소비자, 브랜드, 카테고리, 채널 및 상황 간의 지속적 변화 관계를 이해하는 능력을 제공합니다.

OPUS의 기대 효과:

- + 비즈니스 전반에 걸쳐 통찰력에 기반한 의사 결정
- + 수익성이 최고인 상황과 채널에 맞춰 마케팅 및 판매 전략 조정
- + 주요 고객 및 체인 대리점과의 세일즈 대화 및 입찰에 필요한 정보 제공을 위해 소비자 중심의 세일즈 스토리 제공
- + 데이터 기반 활성화 및 프로모션 전략을 수립하여 소비자 참여도를 극대화
- + 칵테일 및 혼합 음료 보고서를 통해 정보에 입각한 데이터 제공 전략 수립
- + 브랜드 및 카테고리별로 창의적인 상향 판매 기회 및 메뉴 가격에 대한 통찰력 제공

OPUS는 표적 소비자에게 도달하는 위치와 방법을 이해하고, 가장 수익성이 높은 온프레미스 방문을 중심으로 브랜드, 마케팅 및 판매 전략을 수립하는 것을 지원하도록 설계되었습니다.



온프레미스의 방문 및 지출 정보를 수집



상황 및 채널별로 카테고리 및 브랜드에 대한 상품 구매의 크기를 파악



소비자의 방문 이유, 필요 상태 및 구매 경로 탐색



음료 카테고리에 대한 소비자 상호작용의 심층 분석



선호하는 브랜드, 맛 및 서비스 양 추적

모든 조사 결과는 음료 브랜드 소비자와 소비자 인구통계별로 분류할 수 있습니다.

한국 시장의 OPUS 알아보기

4,000명의 한국 온프레미스 소비자에 대한 설문조사를 수행하여, OPUS를 연 2회 실시하며, 이는 연령, 성별, 지역을 대표합니다.



시장별 채널은 다음과 같습니다.

- + 한식당
- + 한국식 고기구이 식당
- + 일식당
- + 일반 횡집
- + 퓨전 바
- + 소주 바
- + 호프
- + 맥주 전문점

OPUS의 서비스 대상은 누구입니까?

카테고리 팀

- + 온프레미스에서 카테고리 세일즈를 늘리고 카테고리 챔피언이 되십시오.
- + 소비자 레퍼토리 내에서 카테고리별 역할 이해
- + 구매 경로와 브랜드 및 카테고리를 활성화하는 최선의 방법 이해

브랜드 & 마케팅

- + 가장 수익성이 높은 소비자를 타겟팅하고 모집하여 브랜드 판매액과 점유율을 제고합니다.
- + 채널, 상황 또는 소비자 인구통계별로 브랜드 사용을 확대하는 방법 파악

세일즈

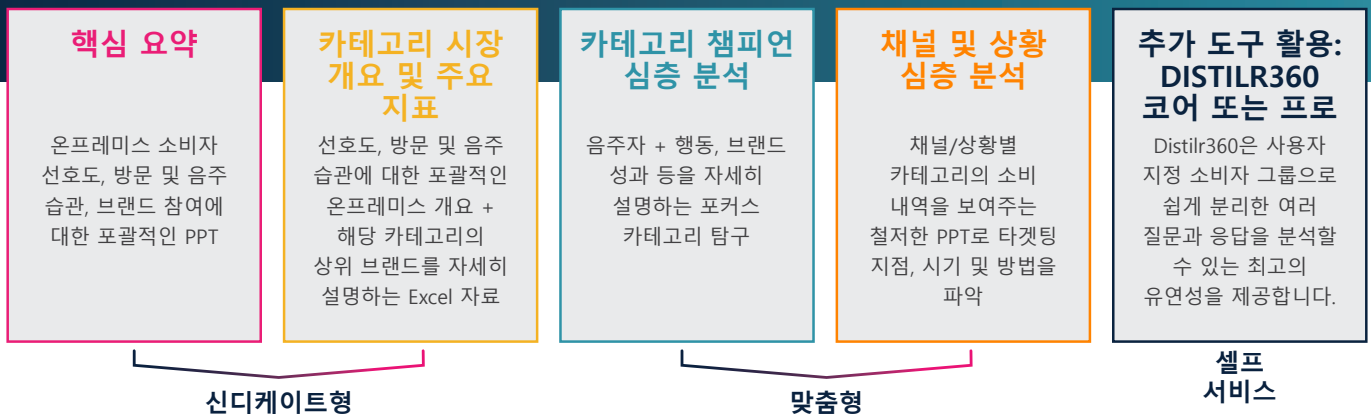
- + 브랜드가 온프레미스 대리점에 혜택을 제공하고, 대리점의 표적 소비자에게 어필할 수 있는 방법을 보여주는 매력적인 세일즈 스토리로 브랜드의 세일즈 및 유통 증진

소비자 및 시장 통찰력

- + 브랜드 성과에 영향을 미치는 신규 및 신흥 트렌드 파악
- + 변화하는 소비자 태도와 소비자 행동에 영향을 미치는 시장 세력 이해

변화하는 소비자 트렌드를 추적하고 성장 기회를 발견하는데 필요한 모든 것

이용 가능한 신디케이트 패키지 및 맞춤형 프로젝트:



자세한 정보를 원할 경우 다음으로 문의하십시오.

JAEPIL SOHN

Client Solutions Associate Director

JAEPIL.SOHN@NIELSENIQ.COM