



OPUS を使用して、新しい消費者を引き付け、購入頻度を高め、ブランドロイヤルティを構築し、市場シェアを拡大しましょう

オンプレミスの消費者データと洞察の豊富なソースである OPUS (オンプレミス ユーザー スタディ) は、消費者、ブランド、カテゴリー、チャネル、機会の間の絶えず変化する関係を理解する力を提供します。

OPUS により次のことが可能になります:



ビジネス全体にわたって洞察に基づいた意思決定を行う



最も収益性の高い機会やチャネルに合わせてマーケティングおよび販売戦略を調整する



消費者主導の販売ストーリーを提供して、主要顧客との販売上の会話と入札について知らせる



データ主導のアクティベーションおよびプロモーション戦略を策定し、消費者を最大限に引き付ける



カクテルとミックスドリンクについてのレポートを通じて、データに基づいたサーブ戦略を作成



ブランドとカテゴリーごとの創造的な追加購入の機会とメニュー価格の洞察



OPUS の設計は、対象の消費者にどこでどのようにリーチするかを理解し、最も収益性の高いオンプレミス訪問を中心にブランド、マーケティング、販売戦略を形作るのに役立ちます



オンプレミスでの訪問と支出を定量化する



機会とチャネルごとにカテゴリーとブランドに対して賞品を得るチャンスの規模を明らかにする



消費者に訪問理由、ニーズの状態、購入までの経路を調査する



消費者の飲料カテゴリーとのインタラクションを深く掘り下げる



お気に入りのブランド、フレーバー、サービスを追跡する

すべての調査結果は、飲料ブランドの消費者と消費者の人口統計によって分類できます。

日本市場向けのOPUSを発見する

OPUS は7,500 人の日本のオンプレミス訪問者を対象に、年齢、性別、地域ごとに代表的な調査を年 2 回実施しています。

カスタマイズされた洞察には、中核市場固有のオンプレミスチャネルや機会の行動が含まれます。



OPUS は誰のためのものですか？



カテゴリーチーム

- オンプレミスでカテゴリーの売上を伸ばし、カテゴリーのチャンピオンになる。
- 消費者のレパートリー内のカテゴリーの役割を理解する
- 購入までの経路を把握し、ブランドとカテゴリーをアクティブ化する最善の方法を理解する



ブランドとマーケティング

- 最も収益性の高い消費者をターゲットにして採用することで、ブランドの売上とシェアを促進する。
- チャネル、機会、または消費者人口統計ごとにブランドの使用を拡大する方法を特定する



セールス

- ブランドがどのようにオンプレミス店舗に利益をもたらし、店舗のターゲット消費者にアピールできるかを実証する説得力のある販売ストーリーにより、ブランドの売上と流通を成長させる



消費者と市場に関する洞察

- ブランドのパフォーマンスに影響を与える新たな台頭するトレンドを特定する
- 消費者の態度の変化と、消費者の行動に影響を与える市場の力を理解する

変化する消費者トレンドを追跡し、成長の機会を見つけるために必要なものすべて

シンジケート化されたパッケージとカスタム プロジェクトが利用可能です:

エグゼクティブサマリー

オンプレミスの消費者の嗜好、訪問、飲酒習慣、ブランドエンゲージメントに関する包括的な PPT

シンジケート化された

カテゴリー市場の概要と主要な指標

好み、訪問、飲酒習慣に関する包括的なオンプレミスの概要 + カテゴリー内のトップブランドの詳細を示す Excel

シンジケート化された

カテゴリーチャンピオンの詳細

注目のカテゴリーを調査し、飲酒者と行動、ブランドのパフォーマンスなどを詳細に説明。

カスタム

チャネルと機会の詳細

どこを、いつ、どのようにターゲットにするかを明らかにするための、チャネル/機会別のカテゴリー消費を示す徹底した PPT

カスタム

追加: DISTILR360 コアまたはプロ

Ditilr360 は、簡単にカスタム消費者グループごとに減らして複数の質問と回答を分析する、究極の柔軟性を提供。

セルフサービス



詳細については、以下にお問い合わせください。い。

形山 晃他朗

新規事業開発担当シニアマネージャー

kotaro.katayama@nielseniq.com

