

Ferramenta Quantitativa – Category Plus



Aplicação de Questionários Comportamentais Após a Compra

Inferindo peso Estatístico para a Tomada de Decisões



- ↻ Mensurar o hábito e a natureza da compra – grau de previsão / impulso de compra, decisão sobre marcas, frequência, quantidade, relação com comunicação
- ↻ Avaliar a percepção e o grau de influência do atendente, merchandising, ações promocionais e a comunicação (material de PDV, folhetos)
- ↻ Compreender a função do canal e PDV na compra da categoria e avaliar o nível de satisfação quanto a: ambientação, exposição, localização, preços, mix de produtos, formas de pagamento, promoção e atendimento para compra da categoria

Simone Terra
SOLUÇÕES DE MERCADO