

AD-HOC RETAIL

10 años dando soluciones al sector del RETAIL avalan nuestra experiencia en el sector.



Objetivos

El objetivo del estudio es dar información de **carácter estratégico** a la gerencia del centro comercial mediante el conocimiento en profundidad del cliente. (Hábitos y costumbres)

Metodología

Técnica utilizada: Encuesta personal en el propio centro.

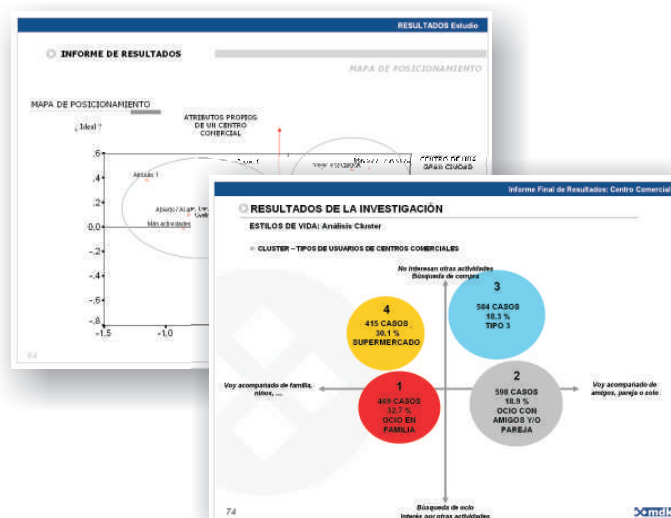
Muestra: Entre 600 y 1500 encuestas.

(Totalmente Ad-hoc en función necesidades del cliente)

Resultados del estudio

- Perfil de cliente: Sexo, edad, procedencia...
- Frecuencia asistencia al centro
- Modo y vía de acceso al centro (coche, moto, transporte público, a pie...)
- Intención visita (compra, ocio, paseo....). Segmentaciones de la variable por tramos de edad, día de visita al centro, sexo, procedencia.
- Compañía (vine sólo, con pareja, familia, amigos...)

- Duración visita. Segmentaciones por día de la semana, compañía, motivo de la visita...
- Consumo. Intención de gasto vs consumo real. Segmentaciones por tramos de edad, sexo y procedencia
- Conocimiento oferta del centro
- Valoración servicios básicos del centro
- Competencia
- CLUSTERIZACIÓN CLIENTES
- IMAGEN DEL CENTRO
- Análisis IR (Importancia/Satisfacción)



¿Por qué MDK?

Resultados para la **acción**.

Ofrecemos a todos nuestros cliente resultados de aplicación inmediata.