



SHOPPER KEY ACCOUNTS

ESTUDIO DEL COMPRADOR

ANÁLISIS DEL CIRCUITO DE COMPRA DEL SHOPPER

México 2020



Shopper
Argentina



Shopper
Centroamérica



Shopper
Colombia



Shopper
México

www.ilacad.com - info@ilacad.com

ILACAD World Retail

Shopper Key Accounts México 2020



MÓDULO CROSS CANAL

Una lectura sintética de las actitudes y del comportamiento del Shopper entre los **canales y formatos** que visita para la realización de sus compras domésticas.



MÓDULO KEY ACCOUNTS

El comparativo y la síntesis del Shopper de las principales **cadena**s que compiten en México.

+ En Opción: Módulo por Categoría:

* Los módulos por categoría se comercializan únicamente en preventa para poder incluirse en el cuestionario y se asocian a la contratación del Módulo principal.



Apertura de los datos de los compradores de una categoría, detallando su perfil, su frecuencia de compra, su circuito de compra y la repartición de su compra entre Cadenas.

FICHA TÉCNICA:

Universo de análisis Responsable de las compras domésticas.

Tipo de muestra: Probabilística con repartición geográfica, ponderada por población y NSE.

Tamaño de la muestra: 3,260 casos distribuidos por peso poblacional en la Ciudad de México y área conurbada, Toluca, Puebla, León, Querétaro, Guadalajara, Monterrey, Culiacán, Mérida, Tijuana y Xalapa.

Instrumento: Cuestionario aplicado vía telefónica a través del sistema CATI.

Fecha de entrega: Mayo 2020.

Módulo Cross Canal

Una lectura sintética del comportamiento de compra del Shopper para la elaboración de la estrategia comercial por canal y formato.



Los Drivers de Compra



- o Principal Driver para elegir una tienda.
- o Las Razones de selección de tienda a total.
- o Los medios de comunicación usados para conocer promociones.

El Shopper por Canal y Formato



- o El Circuito de compra del Shopper por Canal y Formato.
- o Perfil de clientes de cada Formato.
- o Frecuencia de visita, medio de transporte y tiempo de llegada al formato.
- o Medios de pago y monto de la última compra en cada formato.
- o Razones de visita a cada formato.
- o Nutrición de las diferentes familias de productos.

Síntesis por Formato



- o Síntesis del Perfil, actitud y comportamiento de compra del Shopper en cada uno de los formatos contempladas.

Canales y Formatos contemplados:

Canal Moderno:

Hipermercados,
Supermercados,
Bodegas,
Club de Precios,
Tiendas de Descuentos,
Mayoristas.

Canal Tradicional:

Tiendas,
Mercados y Tianguis,
Central de Abasto.

Módulo Key Accounts

Una lectura detallada de las características del Shopper de las principales cadenas que compiten en el mercado



Penetración de cada Cadena



- Penetración en hogares por cadena y por Cuenta Clave.
- Apertura geográfica de la penetración por ciudad.
- Número de clientes promedio por Punto de Venta para cada cadena.

Perfil de clientes



- Género.
- Edad.
- Nivel Socioeconómico, Ocupación y Composición del hogar.

Perfil de la visita



- Razones de visita.
- Frecuencia de visita por Cadena.
- Misión de compra por cadena.
- Con qué otras cadenas comparte clientes.

Perfil de la Compra



- Monto del gasto de la última visita.
- Medio de pago.
- Familia de productos comprados.

Comunicación y percepción de las Cadenas



- Medios de comunicación para ofertas y promociones.
- Calificación Precio, Variedad, Calidad de Productos Frescos y Atención del Personal.

CADENAS CONTEMPLADAS*

- **Grupo Wal Mart** (Walmart SC, Bodega Aurrera, Bodega Express, Mi Bodega Aurrera, Sam's Club, Superama)
- **Grupo Soriana** (Soriana Hiper, Soriana Súper, Soriana Mercado, Soriana Express, City Club)
- **Grupo Chedraui** (Chedraui Selecto, Súper Che, Súper Chedraui, Supercito)
- **Grupo La Comer** (La Comer, Fresko)
- **Grupo Casa Ley** (Ley, Ley Express, Súper Ley)
- **Costco**
- **S-Mart**
- **HEB**
- **Súper Aki**
- **Calimax**
- **Tiendas 3B**
- **Tiendas Neto**
- **Garis**
- **Zorro Abarrotero**
- **Dunosusa**

Módulo Categoría*

El Módulo por Categoría se basa en un cruce entre los Shopper que visitan cada Cadena, y los Shopper que compran la Categoría considerada



* Los módulos por categoría se comercializan únicamente en preventa y se asocian a la contratación del Módulo Principal.

Presentado bajo la forma de un módulo independiente, proporciona:

- La **Incidencia** de compra de la categoría
- El Perfil de los **Shopper** de la Categoría
- El **Perfil de Consumo** del hogar (Heavy, Mid, Low Users)
- El **Circuito de Compra** de la Categoría a cada formato
- La **Frecuencia** de Compra
- La **Nutrición** de la Categoría por Cadena

Apertura de la información



* Apertura por Cadena por definir de acuerdo a la penetración de cada categoría en hogares