

## Norske Servicehandelskjeder 2011

### Forbrukernes dom over kiosk- og bensinstasjonskjeder

Hvilke servicehandelskjeder er mest kjent, benyttet og foretrukket? Hva er de viktigste konkurranseparameterne i markedet? Og viktigst: Hvordan presterer kjedene på disse, både i dag og over tid? Disse og mange andre spørsmål finner du svar på i Norske Servicehandelskjeder 2011. Rapporten gir omfattende innsikt til en diskusjonsplattform mellom kjede og leverandør, både på et overordnet nivå, samt ned på hver enkelt kjede.



#### Undersøkelsen gir blant annet informasjon om:

- Hvilke kjeder er mest kjent og hvilke er foretrukket av forbrukerne?
- Hvordan blir kjedene benyttet generelt og ved kjøp av ferdiglaget mat?
- Hvilke typer mat kjøper man og hvor ofte?
- Hva kjennetegner stamkundene til de største kjedene?
- Hvordan vurderer forbrukerne de ulike kjedene i henhold til 38 konkurranseparametere?
- Hvordan konkurrerer kjedene i forbrukernes hode?

#### Temadel:

i årets temadel finner du ytterligere informasjon om følgende forhold:

- Hvem benytter seg av kampanjer, og hvilke type kampanjer er det som slår an hos forbrukeren?
- Hvor mye bruker vi på mat månedlig? Og hvor mye bruker vi i de forskjellige kanalene (dagligvarehandel, restauranter, servicehandel etc)?
- Hvor ofte kjøper man frokost på farten i kiosker/storkiosker/bensinstasjoner? Hvilke typer mat er det man kjøper i denne situasjonen? Hvilke type drikke er det man kjøper til? Hvilke kjeder har en posisjon når det gjelder frokost?

#### Metode, pris og levering:

Rapporten bygger på en landsrepresentativ webundersøkelse. I år er det foretatt over 1800 intervjuer. Undersøkelsen ble gjennomført i november 2011.

Pris for undersøkelsen er kr 89.000.-. Rapporten i pdf format er klar for levering i uke 50. En personlig presentasjon av rapporten inngår.

For ytterligere informasjon, ta kontakt med din faste kundekontakt hos Nielsen eller ta kontakt med Fábio Martini på telefon +47 46769963 eller e-post [fabio.martini@nielsen.com](mailto:fabio.martini@nielsen.com)

#### Innhold i rapporten:

- Resultater vurdert separat for kiosker og bensinstasjoner
- Kjennskap og preferanse
- Bruk av kjedene
- Posisjoneringskart
- Utvikling over tid ( 5 år trender)
- Målgruppene
- Kjøp av ferdiglaget mat/ servering.

#### Temadelen omfatter fakta om:

- Bruk av kampanjer
- Share of Stomach
- Frokost på farten