



B O R M A N N
& G O R D O N

B&G News Juni 2006

Bormann & Gordon

Unternehmensberatung GmbH

Spezialisten für researchbasierte Beratung

im Bereich Demand Side Management



Editorial

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wachsender Optimismus in der Bevölkerung und positive Rahmendaten prägen das Stimmungsbild und eröffnen Chancen für die FMCG-Branche durch entsprechend steigende Konsumausgaben.

Dabei sehen wir unverändert Innovationen als den Schlüssel für Wachstum und Wertschöpfung. Häufig ist es die Crux, die „besten Wachstumstreiber“ schnell und zielgerichtet zu identifizieren und mit entsprechenden Ressourcen zu unterstützen: SUPPORT THE BEST !

Gerade vor diesem Hintergrund haben wir eine Reihe von neuen Lösungen für unsere Kunden entwickelt, mit denen wir Sie gezielt bei der Jagd nach den Wachstumstreibern unterstützen wollen.

Vor allem im Bereich Neuprodukt-Potenzialbewertung aber auch mit unserem neuen Promotion-Pre-Test haben wir Top-Innovationen entwickelt, die Ihnen helfen, Ihre Wachstumsbringer / Diamanten zu identifizieren.



Unsere Neuheiten sind gekennzeichnet durch professionelle (abgesicherte) Methodik, klare Praxisorientierung und kurze Projektlaufzeit.

Erstmals haben wir einen B&G-Newsletter aufgelegt, um Sie über diese und andere Innovationen zu informieren. Wir werden diesen Newsletter zukünftig in loser Zeitfolge aktualisieren und Sie auf diesem Weg mit unseren NEWS versorgen. Da es unser erster Newsletter ist, würden wir uns besonders freuen, wenn Sie uns mit Rückmeldungen bei der Weiterentwicklung unterstützen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre, spannende Informationen und freuen uns auf ein gemeinsames Wachstum und viele Innovationen !

Reiner Graul
Geschäftsführender Gesellschafter
Bormann & Gordon



Breaking-B&G-News für 2006

Testprojekte ab 8 T€uro Budget – neues modulares Serviceangebot

Ab 2006 bieten wir Kontrollierte Markttests modular an. Individuell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten können Sie die Module einzeln oder kombiniert beauftragen.

Sie können im **Basismodul** unser Profi-Know-How bei Konzeption und Auswertung nutzen oder als optionale Zusatzmodule auch die Absprache des Tests im Handel inkl. Testlistung (**Handelsmodul**) und das **POS-Umsetzungsmodul** wählen.

Letzteres beinhaltet die Platzierung am POS / den Umbau der Regale sowie die regelmäßigen Kontrollbesuche und auf Wunsch auch Logistik (ggf. LKW, Kühllogistik etc.). Full-Service-Leistungen bieten wir natürlich weiterhin unverändert an.

Neuprodukt-Potenzial-Check (NP-PC) „real-life“ ab 15 T€uro: Mini-Testmarkt + Verbraucherbefragung + Handelsbefragung

Als absolute Innovation haben wir im Mai 2006 den Neuprodukt-Potenzial-Check (kurz NP-PC) eingeführt. Dieser Mini-Testmarkt überzeugt durch Schnelligkeit und geringen Budgetbedarf und gibt richtungsweisende Ergebnisse für Neuprodukte.

Basisleistung ist ein real-life-Test in 5 SB-Warenhäusern, der erste Absatzergebnisse liefert. Dazu kommen POS-Interviews mit Kategoriekäufern zur Bewertung des Neuproduktes inkl. Likes und Dislikes. Abgerundet wird das Paket durch qualitative Befragungen mit Markt-/ Abteilungsleitern zum Produkterfolg aus Handelssicht.

Promotion-Pre-Check – das Promotion-Pre-Test-Instrument von Bormann & Gordon zur Diagnose des Erfolgspotenzials

Promotionbewertungen durch Tests oder POS-Befragungen (u.a. mit dem PROMotion-SHOPPER) führen wir seit Jahren mit viel Erfahrung erfolgreich durch. Um unseren Kunden bereits vor dem Roll-Out der Promotion professionelle Unterstützung zu bieten, haben wir einen Pre-Test entwickelt, der die Bewertung von Promotions bereits in der Konzeptphase ermöglicht (Visualisierung reicht aus).

Mit weniger als 5 T€uro Budget und nur 3 Wochen Dauer ist das Instrument für viele Marken und Promotions interessant, zumal Shopper-Insights mit Handelsbefragungen und Expertenbewertungen verbunden werden.

Weitere Neuerungen

POS-Erhebungen / Monitoring von Performance-Kriterien wie Facings / OOS auf Kundenebene bietet ab Juni 2006 unser Kooperationspartner „Gesellschaft für POS-Monitoring & Aktivierung mbH (Gründung Juni 06)“ an

Channel-Mix für Tests weiter ausgebaut –
u.a. Getränkeabholmärkte, Tankstellen, Do-it-Yourself, Kioske

TV-Werbewirkungstest mit Absatzmessung im Handel in Bremen
(Kooperation mit Bonsai Deutschland Testmarkt Bremen)

Unser Kurzprofil / Themenspektrum

Bormann & Gordon zählt zu den **führenden POS-Forschungsunternehmen** und **begleitet innovative Markenartikel- und Handelsunternehmen bei der Optimierung des POS.**

Wir bieten: ein dynamisches Team aus erfahrenen Spezialisten + umfangreiche Kooperationen mit namhaften Handelsunternehmen im Lebensmittelhandel (> 20 Partner im Bereich der Vollsortimenter) und in weiteren Kanälen (insbesondere Convenience / Tankstelle) + Methoden- und Praxis-Know-How + eine eigene Feldmannschaft sowie zahlreiche Benchmarks.

