

■ 調査事例 1 ■

上海市パンブランド市場の現状調査研究

■ お客様の要望 ■

上海市内のターゲット消費者群に対し調査を行い、異なる消費者群における上海市パン商品の需要状況を把握し、パンブランドの認知状況や消費者の顧客ブランドとその競争商品に対する態度を理解する。

■ RaPid の解決案 ■

競争商品の消費者への影響を理解する
消費者の消費行為、消費習慣に対する調査研究
消費者のパン商品の需要およびブランド価格への期待を探る

■ 調査研究方法 ■

街頭面接調査（**200** サンプル）
上海市における代表的な **5** 店舗 **KA** 店および **5** 店舗 **BC** 店を選び、入り口にてパンを購入した消費者にインタビューを行い、**KA** 店 **100** 人 **BC** 店 **100** 人にサンプル量は各店舗とも平均させ、かつ年齢と性別も同等に考慮する。

■ 調査研究成果 ■

RaPid の調査研究結果は、顧客に消費者のパンブランドの認知 需要 消費習慣 価格期待等の全面的な認識を与え、顧客ブランドのサービスの改善 ブランドの拡大 市場営業戦略の策定および新商品の販売に、データーによる支持とアドバイスを提供する。

■ 調査事例 2 ■

某食品競争相手販売ルート研究

■ お客様の要望 ■

某食品会社は市場拡大率を高めるため、新しい販売ルート開拓を行う。この新しい販売ルートの市場容量と現在の市場競争状況を把握し、関連する策略を制定 推進する。

■ RaPid の解決案 ■

店舗の数量 種類 住所等の基本情報に対し、データー収集を行う。同時にこの販売ルートの商品販売量を集約し、市場容量を概算する。この販売ルートで現在知られている競争ブランドの把握、また現在の商品メーカーの特徴などの競争状況の把握を行う。

■ 調査研究方法 ■

小売業販売サイトの全面調査

■ 調査研究成果 ■

お客さんは **RaPid** の全面調査を通して、新しい販売ルートの全ての小売販売サイトの基本情報とこの販売ルートの市場容量を把握する。同時に、商品の現在ある競争ブランドおよび価格を理解し、企業にとってこの販売ルートを採用すべきか、またどのようにこの販売ルートを採用するかについて十分なデーター根拠を提供する。