
















	Studie	Datum vydání	Obsah	cena v Kč* (bez DPH)
analýzy nákupního chování, rozhodování a preferencí	 SHOPPING MONITOR 2010*	01/2010	Každoroční analýza vývoje nákupních zvyklostí českých domácností, preference formátů a řetězců, znalost a hodnocení řetězců, motivační faktory při nákupu; image řetězců v příloze RETAIL IMAGE; segmentace nakupujících podle standardu SHOPPER TYPOLOGY.	plná verze 79 900 základní verze 69 900
	 SHOPPING MONITOR CEE 2010*	02/2010	Komplexní srovnání nákupních zvyklostí v 11 zemích střední a východní Evropy (BiH, BG, CZ, HR, H, PL, RO, SK, SLO, SERB, UA) – motivační faktory, hlavní nákupní místo, preference a hodnocení jednotlivých řetězců.	119 000 (€ 4 750)
	 SHOPPER TYPOLOGY 2010*	na objednávku	Typologie nakupujících podle modelu nákupního chování, typologické složení zákazníků hlavních řetězců a formátů.	dle rozsahu zprávy
analýzy rozvoje vybraných segmentů obchodního trhu	 HYPERMARKET & SHOPPING CENTRE 2010	02/2010	Komplexní rozbor expanze hypermarketů a nákupních center v ČR, reg. rozdíly, profily řetězců, podrobné profily center, přehled nájemců center a retail parků v interakt. elektronické verzi. Součástí i výsledky spotřeb. šetření v následujících modulech: A) Hypermarket Shopping – nákupní chování zákazníků hypermarketů, hodnocení řetězců, nakupované sortimenty B) Mall Shopping – postoje k nákupům v nákup. centrech, role nákup. center při nákupech jednotlivých sortimentů, nejnavštěvovanější centra C) Mall+Hypermarket Shopping – komplexní report obsahující všechny uvedené informace za zvýhodněných podmínek	A: 59 900 B: 59 900 C: 79 900
	 FURNITURE 2010	01/2010	Analýza vývoje trhu s nábytkem a vybavením domácnosti; hlavní nákupní místa, hodnocení řetězců zákazníky, expanze řetězců v ČR, profily řetězců.	89 900
	 ELEKTRO 2010	05/2010	Analýza vývoje trhu spotřební elektroniky; hlavní nákupní místa, hodnocení řetězců zákazníky, rozhodovací proces při nákupu, expanze řetězců v ČR, profily řetězců.	79 900
	 DO-IT-YOURSELF 2010	06/2010	Analýza vývoje trhu zboží pro dům, zahradu, domácnost; hlavní nákupní místa, speciální typologie zákazníků, hodnocení řetězců zákazníky, expanze hobbymarketů v ČR, profily řetězců.	79 900
	 SUPERMARKET & DISKONT 2010	07/2010	Komplexní analýza supermarketů a diskontů v ČR, expanze řetězců, preference řetězců, hlavní nákupní místo, hodnocení řetězců zákazníky, profily řetězců, seznamy prodejen.	79 900
	 DROGERIE 2010	08/2010	Komplexní analýza drogerií v ČR, expanze řetězců, preference řetězců, hlavní nákupní místo, speciální typologie zákazníků, hodnocení řetězců zákazníky, profily řetězců, seznamy prodejen.	79 900
	monitoring obchodního trhu, speciální analýzy	 INCOMA MARKET MONITOR	měsíčně čtvrtletně	Pravidelný monitoring trhu: hlavní události na trhu za uplynulé období (CZ, SK, CEE); vývoj řetězců, dodavatelů, makroekonomiky; přístup k on-line archivu, k dispozici také anglická verze
 CHAIN EXPANSION		čtvrtletně	Expanze řetězců v ČR; vývoj počtu prodejen a prodejních ploch podle řetězců i regionů. Možnost propojení na SW RegioGraph.	od 54 000 dle rozsahu
 LEAFLET MONITOR		průběžně	Kontinuální monitoring maloobchodních letáků ve střední a východní Evropě (CZ, SK, H, RO, BG). Informace o letáčích a výrobcích v nich uvedených, interaktivní software, on-line přístup.	podle objemu dat
regionální analýzy	 GfK PURCHASING POWER 2009*	01/2010	Identifikace regionálních rozdílů v úrovni kupní síly na úrovni krajů, okresů i více než 6000 jednotlivých sídel prostřednictvím mezinárodně uznávané metodiky GfK.	základní verze 25 000 plná verze 45 000
	 REGIONAL SCAN ATLAS OF MARKET POTENTIALS	průběžně	Kompletní databáze regionálně dostupných dat. Obchodní, ekonomické a demografické profily okresů a měst ČR (desítky socioekon. parametrů, spotřebitelský potenciál, struktura obchodní sítě, úroveň konkurence), analýza reg. rozdílů, žebříčky, identifikace tržních příležitostí. Možnost zakoupení jen vybraných bloků a kombinace s vlastními daty.	dle rozsahu datových vrstev
	 REGIOGRAPH 2009	průběžně	Mapový nástroj umožňující nejrozsáhlejší analýzy regionálních aspektů obchodní činnosti a efektivní regionální plánování; uživatelsky jednoduchý SW, přehledné zobrazení datových vrstev i analytických výstupů v mapách.	od 39.000 Kč dle rozsahu