

Butiksanalys

Produktblad

Maj 2023

**När du vill kartlägga
dina butiker på djupet**



Om Infostat

Infostat är ett snabbväxande statistikföretag specialiserat på smart insamling, förädling och analys av samhälls- och marknadsstatistik. Vi erbjuder högkvalificerad analys för marknadsutveckling och affärsutveckling inom handel, fastighet och välfärd.

Infostat har grundats och leds av **Peter Santesson** (vd, tidigare opinionschef vid Demoskop, fil.dr) och **Mårten Lindberg** (marknadschef, fil.dr).

Vi har en lång bakgrund inom analys, undersökningar och forskning.

Kontakt

Mårten Lindberg, marknadschef
marten.lindberg@infostat.se
+46 722 50 72 73





Vi kombinerar data

Butiksanalys med Infostat

Butiksanalys från Infostat kombinerar **tre slags data**: enkätdata, statistik och geodata. Kombinationen ger unika insikter och underlag för beslut. Det är så Infostat skiljer sig från andra.

- **Geodata ger kritisk affärsinformation.** Hur många kunder når ni inom 15 minuter med cykel, 5 km med bil eller 20 minuter med kollektivtrafik? Vilka butikskedjor konkurrerar ni med? Hur ser rörelseflödena ut kring era lägen? Infostat tar fram svaren.
- **Statistik ger grundläggande förståelse.** Hur ser demografin ut kring era lägen, i dag? Om fem år? Hur många arbetar kring era lägen och hur många bor där? Vilka är era största kundgrupper? Hur lever de och hur utvecklas deras köpkraft? Matchar profilen på era butiker med kundgrupperna i era olika lägen?
- **Enkätdata för att förstå preferenser.** Infostat har Sveriges bredaste enkätdatabas med marknadsrelevant information. Olika kundgruppers livsstil, ekonomi, preferenser och vanor. Vi genomför också kundspecifika undersökningar. Vi matchar resultaten med kundprofilen för alla era butiker.

Om ni vill:

- **Egen data.** De flesta bolag har stora mängder egen data. Det kan handla om allt från kundklubbsdata, hur stor del av butiken som används för olika sortiment och produkter eller omsättningstal per butik. Vi kombinerar er data med annan affärskritisk information och skapar helt nya insikter.

I en butiksanalys från Infostat kombinerar vi alla dataslag. Så skapar vi unika insikter och underlag för beslut.

Butiksanalys i fem delar

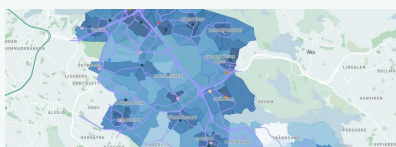
En butiksanalys från Infostat inkluderar fem delar:



Definiera upptagningsområdena kring era butikslägen



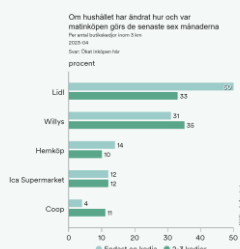
Definiera kundgrupperna kring era butikslägen + butikssegmentering



Konkurrensanalys



Infostats undersökningar ger redan i dag information om era kundgrupper



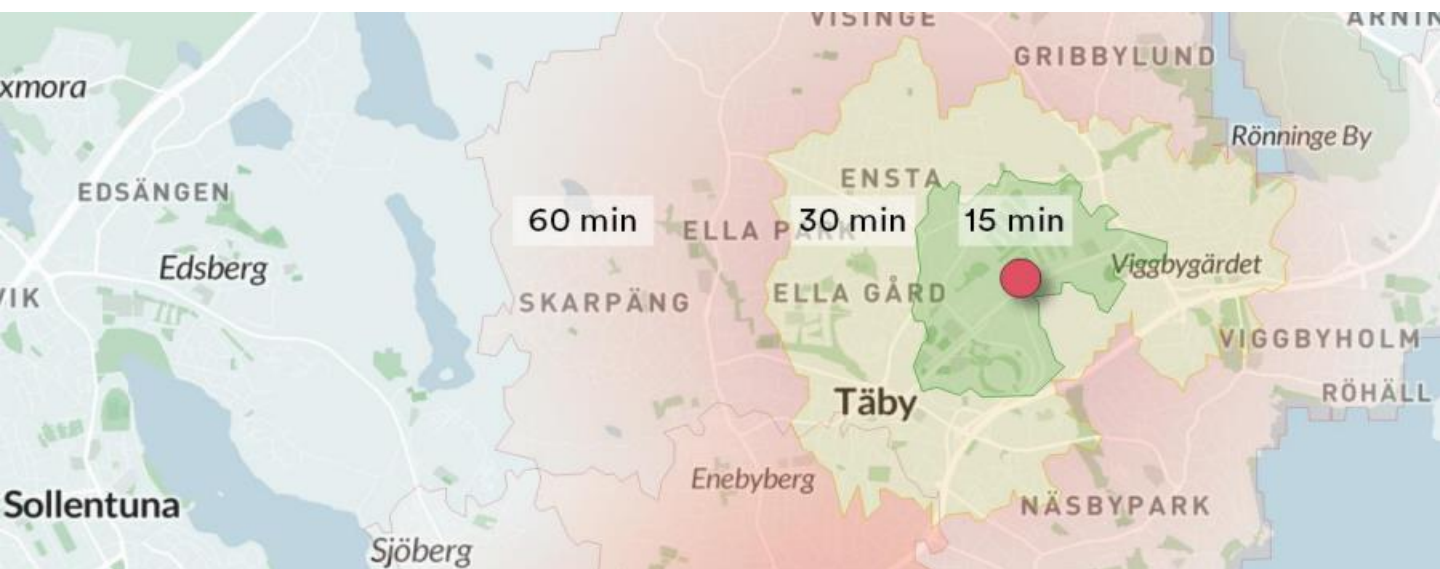
Skräddarsydda undersökningar och importerad data

Vilka frågor besvarar marknadsanalysen?

1. Upptagningsområdets geografiska omfattning: Det första steget i Infostats butiksanalys är att statistiskt beräkna och rita ut upptagningsområdena för era lägen. Analysen ligger till grund för alla resultat som sedan följer. Därför lägger vi särskild vikt vid det första momentet.

I analysen beräknar vi dels konkurrensläget och dels hur långt man har till era butikslägen med olika färdmedel. Det här gör vi för era samtliga lägen. Vi delar upp era upptagningsområden i tre avståndszoner: närmare, medel och längre.

Med informationen är vi redo att kartlägga kundgrupperna inom de olika butikslägena.



Upptagningsområdet delas in i tre zoner, i det här fallet uppdelat på promenadavstånd till större sällanköpshandel i Täby centrum.

Vilka frågor besvarar marknadsanalysen?

2. Kartläggning av kundgrupperna. I nästa steg kartlägger vi demografin i upptagningsområdena för varje butiksläge. Vi analyserar dem genom över 50 demografiska mått och får svar på frågor som hur stor er marknad är dagtid, kvällstid och helg, livsstil, inkomster, köpkraft, konsumtionsprofil, hur utvecklingen ser ut över tid och prognos för framtiden.

Ur informationen skapar vi typiska kundgrupper kring era lägen. Hur stor andel av era butiker har kundgrupp 1, 2, eller 5 och 6? Vilka butiker?

Med den information kan vi dessutom statistiskt segmentera era olika butiker på olika sätt, givet vad som utmärker kundprofilen i deras upptagningsområden. Den informationen omsätts till affärskritisk information eftersom den vägleder vad som ska finnas på hyllorna.



Kundgrupp
1

Hushåll med barn
med mycket hög
köpkraft



Kundgrupp
3

Äldre hushåll med
mycket hög
köpkraft



Kundgrupp
2

Hushåll utan
barn med hög
köpkraft



Kundgrupp
4

Yngre hushåll utan
barn med medium
köpkraft

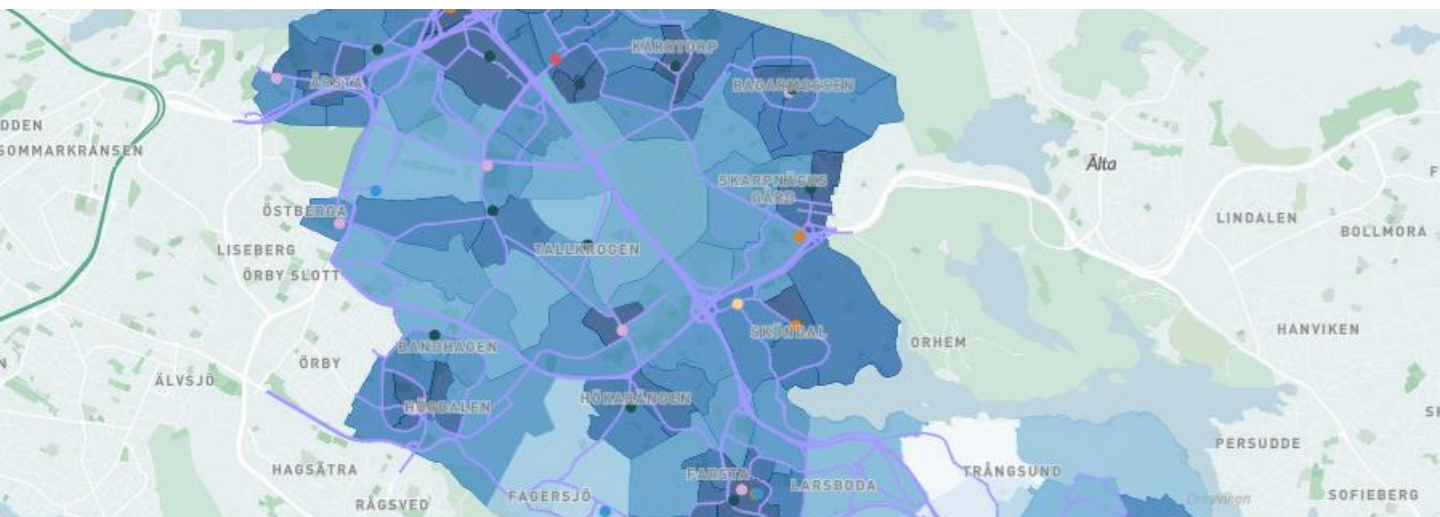
Infostat analyserar upptagningsområdet och kartlägger de största kundgrupperna, demografi, hushållens köpkraft, tillväxttal och storleksordning.

Vilka frågor besvarar marknadsanalysen?

3. Konkurrensanalys och nya lägen. Infostats marknadsdatabas innehåller geodata över samtliga större kedjor i Sverige. Hur ser konkurrensen ut? Var finns möjlighet för nya lägen?

I Infostats databas finns geodata på alla kedjor i Sverige, från kaffebarer till apotek och bygghandel. Vi har kartlagt alla handelsplatser och köpcentrumplatser – och vad de erbjuder. Med informationen gör vi en djupgående konkurrens- och affärsutvecklingsanalys.

Hur många kunder når ni givet olika avstånd och färdmedel, hur många konkurrerande butiker finns inom era marknader och var finns det vita fläckar – platser där det i dag saknas utbud, men där det (sannolikt) finns efterfrågan?

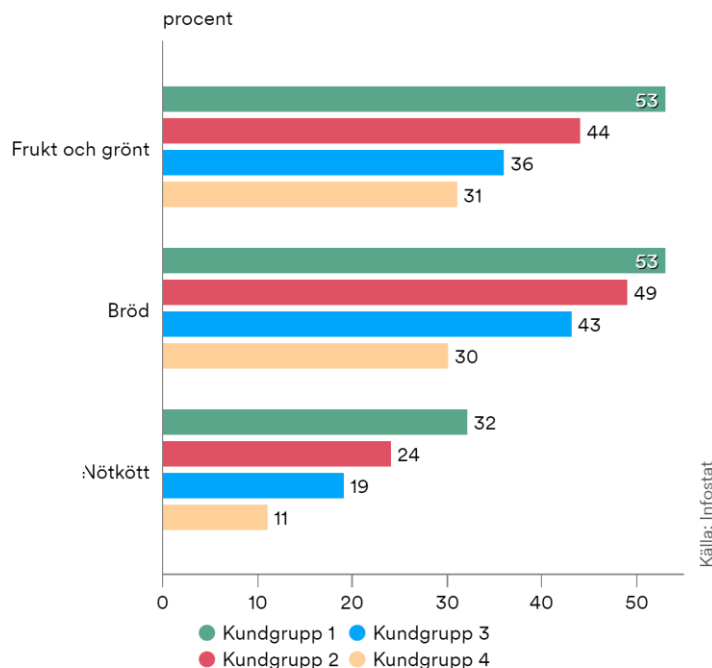


Kartvisualisering av konkurrensläget och möjliga nya marknader. Kartan visar genomsnittligt avstånd till närmaste matbutik fördelat på olika matkedjor. Djupare färg indikerar lägre avstånd, lättare färg indikerar högre avstånd. Lila linje är bilväg. Det genomsnittliga avståndet till närmaste matbutik i sydvästra Stockholm är 440 meter, men variationen är stor. 10 områden har över 1 km till närmaste matbutik och 10 områden har knappt 100 meter till närmaste matbutik. Genomsnittet för ICA-butiker i området är 630 meter. De tio områden som har längst till en ICA-butik har i genomsnitt 1,5 km. I de områdena har antalet hushåll ökat från 7 880 till 9 241 på tio år (2012-2022).

Vilka frågor besvarar marknadsanalysen?

4. Infostats undersökningar: Infostat har Sveriges bredaste databas med marknadskritisk enkätdata. Varje månad undersöker vi allt från hushållens ekonomi till vad man har i kylskåpet, betydelsen av miljömärkning, om man ska renovera, semesterplaner eller vad man minskat sin konsumtion inom.

Eftersom vi redan har profilerat era kundgrupper och butiker matchar vi på svaren från våra undersökningar. Då vet ni, exempelvis, hur stor andel av de olika kundgrupperna i butiksläge X som gärna köper dyrare bröd. På det viset får ni regelbunden marknadsinformation om era kundgruppers preferenser, vanor och livsstil. Det ger er ett oslagbart informationsövertag.

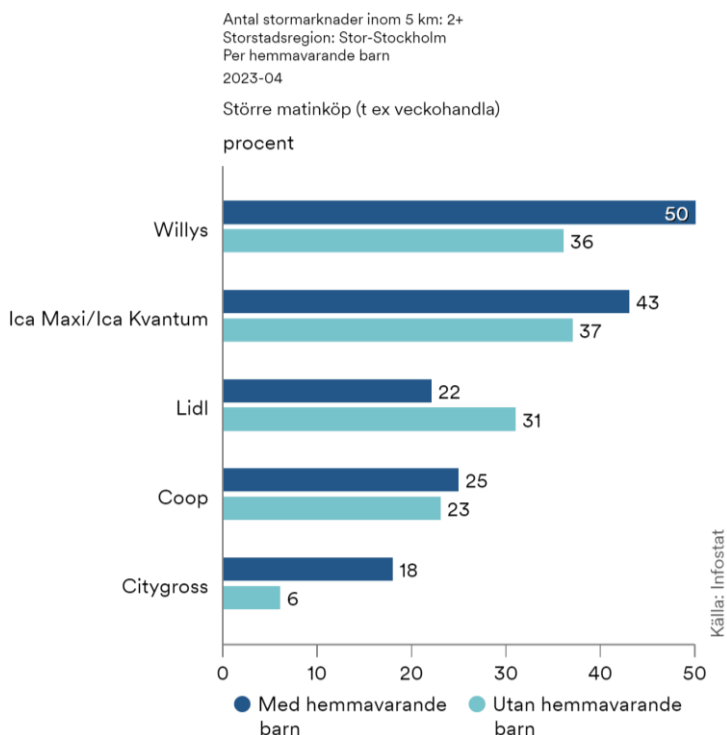


Infostat matchar kundgrupperna med resultaten ur Infostats löpande marknadsundersökningar. På det viset får ni varje månad ny information om era kundgrupper.

Vilka frågor besvarar marknadsanalysen?

5. Skräddarsydda undersökningar: Om ni vill komplettera analysen med skräddarsydda undersökningar. Vad tycker era kundgrupper om era butiker? Vad vill de ha mer av, mindre av?

Vi kombinerar resultaten med affärskritisk geodata. Exempelvis tar vi reda på hur preferenser varierar beroende på hur långt man har till butik eller hur många konkurrenter man har att välja bland inom X km. Genom att kombinera enkätdata med geodata får ni djupa insikter om er marknad.



När Infostat gör skräddarsydda marknadsundersökningar kombinerar vi resultaten med affärskritisk geodata. På det viset får vi fram unika insikter. Diagrammet visar var man brukar göra sina inköp, fördelat på om man har barn och om det finns fler stormarknader i närområdet (data som Infostat matchar på).

Skapa nya insikter

Importera egen data

Infostats databas är omfattande och växer. Genom att importera egen data kan analysen vässas – väsentligt. Det kan handla om allt från besökstal, kundklubbsdata, andel butiksyta inom olika segment, omsättningstal eller geofiler.

Skiljer sig konsumtionsbeteenden om man bor i villa eller i flerbostadshus? Om man bor nära eller långt ifrån? Om man har konkurrerande butiker inpå knuten eller inte? Hur får ni bästa avkastning per m² butiksyta? Ska reklamutskicken och erbjudanden se likadana ut till alla kundmedlemmar, eller nischas för olika kundgrupper? Borde ni ha mer delikatess eller mindre? Infostat ger siffersvar på frågorna.

Vi hanterar all slags data. Det kan handla om kund- eller medlemsregister, adresser till butiker, undersökningar, geodata eller statistik. Genom att integrera egna data i plattformen kan vi tillsammans upptäcka mönster som annars vore omöjliga att se.

**Sekretess är helt centralt. Infostat har utvecklats med största säkerhetstänk och driftas genom branschledande molnlösningar inom EU. Kontakta oss för att få veta mer.*

Kontakta mig

Så berättar jag hur Infostat kan ge er affärskritiska insikter

Kontakt

Mårten Lindberg, marknadschef

marten.lindberg@infostat.se

+46 722 50 72 73

