

Nielsen Lanseringstracker

Sikrer tettere oppfølging av nye produkter

Svært mange av nylanserte dagligvareprodukter er ute av markedet etter to år. Riktig distribusjon og rask implementering er viktige for lanseringen. Ukentlig oppfølging av nye produkter gir deg mulighet til tett oppfølging og justering av tiltak. Måling av salgsutvikling og andeler i selgende butikker gir viktige opplysninger om reell salgsutvikling.



Ukentlig data for rask oppfølging. Priser

Månedlig rapportering av salg og distribusjon er i de fleste tilfeller ikke nok.

Nielsens lanseringstracker leveres hver uke med tall fra foregående salgsuke. Dermed blir det mer relevant å følge opp hver enkelt kjede for å sikre maksimal distribusjon gjennom hele lanseringsperioden.

Metode

Nielsen Lanseringstracker baserer seg på scanninginformasjon fra ca 3.600 dagligvarebutikker.

Alle kjeder er representert.

Du velger selv hvilke produkter som skal inkluderes, og kan velge produkter på tvers av databaser.

Rapporten leveres i Excel-format (pivottabeller) med data fra foregående uke.

Lanseringstracker koster kr. 49.000,- og inkluderer da inntil 5 produkter og 12 ukers levering. For kr. 3.000,- kan du få rapportert et ekstra produkt.

Dersom du i tillegg til dagligvare ønsker info om fra kiosker og bensinstasjoner kan dette leveres for 25.000,- kroner.

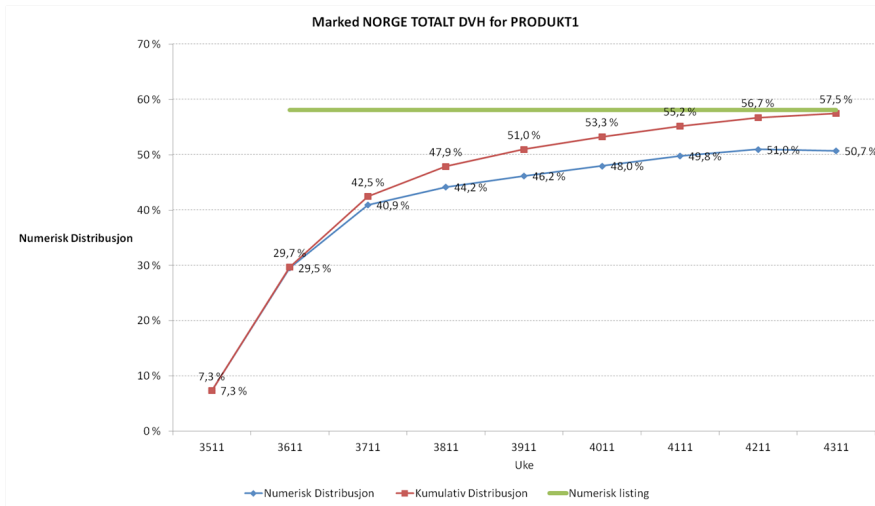
Rapporten viser salg i verdi og volum, salgs- og verdiandel og distribusjon

Dette får du:

- Ukentlig rapportering
- Salg i volum ,verdi og enheter
- Salg i selgende butikker
- Verdi- og volumandel
- Distribusjon
- beregning av tapt salg ved å ikke oppnå distribusjon i henhold til avtalt listing
- Benchmark mot bestselger og median produkt innenfor et definert segment / kategori
- Kumulativ distribusjon i lanseringsperioden. Dette viser om du faktisk opprettholder distribusjon i de butikker du er inne.

Nielsen Lanseringstracker

Distribusjon mot listing fra uke til uke i kjede X



Eksempler på rapportering

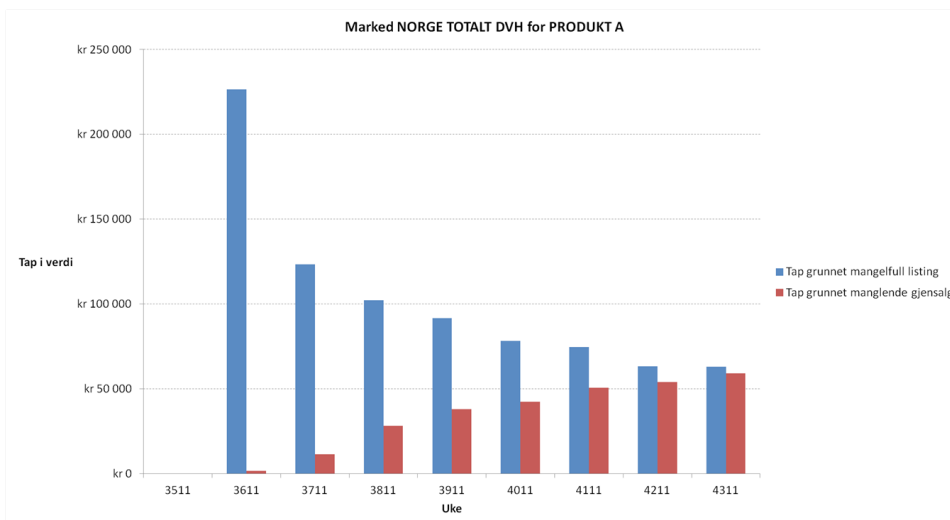
Den første grafen til venstre viser et eksempel på hvordan distribusjonen for et utvalg av produkter fordeler seg fra uke til uke.

Grafen viser både numerisk og kumulativ distribusjon. Dette gjør deg i stand til å vite om du fortsatt har distribusjon i de butikker du har vært inne i. Mangelfull distribusjon kan gi signaler om manglende gjenkjøp eller at produktet ikke er tilstede i butikken.

Utviklingen rapporteres per kjede. Resultatene kan f.eks. benyttes til å følge opp kjeder og salgskorps iht avtalt distribusjon.

I det andre eksemplet til venstre viser grafen eksempel på beregning av tappt salg grunnet mangelfull distribusjon sett i forhold til maks distribusjon ved avtalt listing. Grafen viser også beregnet tappt salg som følge av mistet distribusjon i butikker man allerede har vært inne i.

Tappt salg av manglende distribusjon fra uke til uke i kjede X



Salg og salgandeler i SELGENDE butikk gir viktig informasjon om den reelle salgsutviklingen i de butikkene hvor produktet selges.

For mer informasjon eller en presentasjon av tjenesten, ta kontakt med din faste konsulent eller email: andreas.urbye@nielsen.com, tlf 95282571