

Methode Handelsforschung / Handelspanels

Die Marketinginformationen der Märkte beruhen auf Erhebungen mittels Handelspanels.

Dabei werden die Scanning-Daten der Grossverteiler, Warenhäuser, Fachfilialisten und Fachmärkte verarbeitet.

Die Stichprobengeschäfte der jeweiligen Fachhändler und Spezialisten werden auf die Grundgesamtheit der Geschäfte der Schweiz hochgerechnet. Basis für die Hochrechnung sind unsere periodischen Strukturanalysen.

Handelspanel

Ihr Nutzen

GfK

2

Die ermittelten Ergebnisse dienen zur Optimierung von Marketingentscheidungen, wie zum Beispiel:

Verkaufs-, Umsatzplanung

Informationen zur Marktentwicklung, Absatzpotenzial, Abverkauf und Lager-, Bestandssituation im Einzelhandel / Pipelineeffekte, Marktanteile, Benchmark

Preispolitik

Preisanalysen, Ihre Position in den Preissegmenten sowie die Ihrer Produkte und die der Konkurrenz

Sortimentspolitik

Trends bestimmter Produkttypen und –linien, gut und weniger gut abverkaufte Produkte

Vertriebspolitik

Entwicklung der Vertriebswege, Distribution und Verbreitung von Produktlinien, Produkte Ihrer Unternehmung im Vergleich zur Konkurrenz, Entwicklung und Erfolg von neuen Produkten

Werbung, Aktionen, Kommunikation

Mittel- und langfristige Wirkung von Aktionen und Kommunikationsmassnahmen

Informationen zum Inhalt (am Beispiel der Haushaltskleingeräte)

Ausgewiesene Vertriebswege

- **Panelmarkt Schweiz**

Spezialisten

- Kanal der Grosserverteiler
- Kanal der Warenhäuser

Nicht Spezialisten

- Kanal der Haushaltspezialisten
- Kanal der Fachmärkte und Filialisten

Ausgewiesene Marktsegmentierung / Teilmärkte

- **Produkttypen**
- **Marken**
- **Modelle, Hitlisten, Preisklassen**

Datenumfang:

Beispiel ausgewiesener Daten

- **Verkauf Menge / Wert** absolut und in %
- **Einkauf Menge** absolut und in %
- **Durchschnittspreise**
- **Durchschnittlicher Verkauf pro Geschäft**
- **Preisklassen**
 - Anteile der Preisklassen / Verkauf Menge
 - Anteile der Marken innerhalb der Preisklasse / Verkauf Menge

- **Hitlisten (bestverkaufte Artikel)**
 - Verkauf Menge (*absolut und in %*)
 - Einkauf Menge (*absolut*)
 - Bestand Menge (*absolut*)
 - Distribution (*numerisch / gewichtet*)
 - Durchschnittspreise

Mögliche Berichtsrhythmen:

- 1 x jährlich**
- 2 x jährlich**
- 3 x jährlich**
- 4 x jährlich**
- 6 x jährlich**
- 12 x jährlich**
- 52 x jährlich (auf schnelldrehenden Warengruppen)**

In der GfK-Gruppe weltweit für Sie vernetzt

GfK

6



Ägypten	Deutschland	Japan	Malaysia	Russland	Tansania
Algerien	Equador	Jemen	Marokko	Saudi-Arabien	Thailand
Argentinien	Estland	Jordanien	Mexiko	Schweden	Tschechische Republik
Aserbaidtschan	Finnland	Kambodscha	Neuseeland	Schweiz	Türkei
Australien	Frankreich	Kanada	Niederlande	Serbien und	Uganda
Bahrain	Griechenland	Kasachstan	Nigeria	Montenegro	Ukraine
Belgien	Großbritannien	Katar	Norwegen	Singapur	Ungarn
Bolivien	Hong Kong	Kenia	Österreich	Slowakei	Uruguay
Bosnien-Herzegovina	Indien	Kolumbien	Oman	Slowenien	USA
Brasilien	Indonesien	Kroatien	Paraguay	Spanien	Venezuela
Bulgarien	Iran	Kuwait	Philippinen	Südafrika	Vereinigte Arabische
Chile	Irland	Lettland	Polen	Emirate	Vietnam
China	Israel	Libanon	Portugal		
Dänemark	Italien	Litauen	Rumänien	Syrien	
				Taiwan	