

## Kuluttajaneeli *Shopper Optimizer*

Maksimoi ostajamäärä valikoiman ja jakelun avulla.

Katsomalla myyntivolyymitietoa syvemmälle saadaksesi esiin valikoimapäätöksiin liittyvät strategiset kysymykset voit löytää ratkaisun, jolla täyttää ostajien tarpeet ja lisätä brandisi ostajamäärää. Nielsenin Kuluttajaneelipalveluiden ratkaisuihin kuuluva *Shopper Optimizer* voi auttaa sinua tekemään tuottavia valikoimapäätöksiä ja edistää brandisi myyntiä.



### Parempi kohdistus, parempi päätöksenteko

*Shopper Optimizer* voi auttaa sinua määrittelemään ihanteellisen valikoiman ja kanava-asettelun brandillesi käyttämällä tiettyjä Kuluttajaneelin tunnuslukuja kuten: kumulatiivinen penetraatio, yksinomainen penetraatio, lisäpenetraatio ja myynnin keskittyminen. Nämä tiedot auttavat päättämään, millä tuotevalikoimalla tavoitat suurimman mahdollisen määrän ostavia kotitalouksia ja paljonko voit saada lisämyyntiä niiden kautta.

Mittaamalla ostojen määrää, ostouseutta, uskollisuutta ja uusintaostokäyttäytymistä *Shopper Optimizer* yhdistää avaintunnuslukuja, jotka voivat auttaa rakentamaan voittamattoman valikoimastrategian. Voit määrittää lisäpenetraation, joka tulee muilta pt-kaupoilta ja/tai kanavista, ja virtaviivaistaa jakelustrategiaasi päästäksesi entistä tuottavampiin tuloksiin.

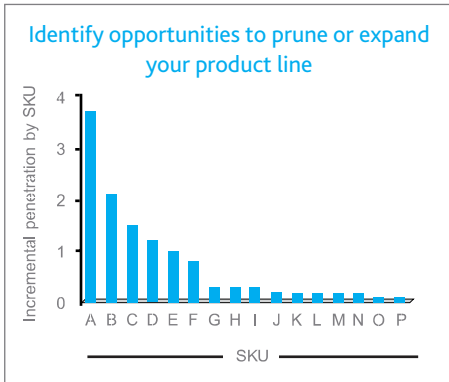
### Vastaa liiketoiminnan tärkeisiin kysymyksiin

- Millä valikoimalla voidaan tavoittaa suurin mahdollinen määrä ostavia talouksia?
- Mitkä brandit/valikoimat houkuttelevat uusia ostajia tuoteryhmään?
- Millä brandeilla/valikoimilla on korkein mahdollinen määrä ostavia kotitalouksia, jotka ostavat ainoastaan niitä?
- Kuinka eroavaisuudet ostomäärissä, ostotiheydessä, uskollisuudessa ja uusintaostamisessa läpi brandien/valikoimien voivat auttaa paikallistamaan mahdollisuudet?

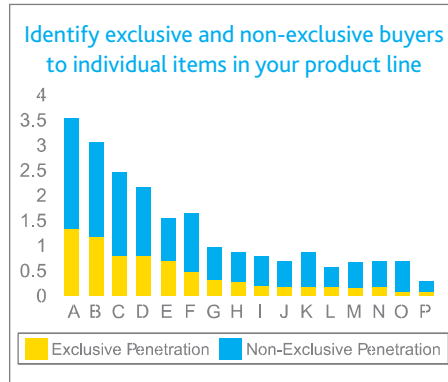
### Tärkeimmät hyödyt:

- Tunnistat mahdollisuudet karsia, laajentaa ja ylläpitää tuotevalikoimaa.
- Teet valikoimapäätöksiä, jotka auttavat tavoittamaan suurimman mahdollisimman määrän ostavia kotitalouksia
- Hyödynnät mahdollisuudet ja minimoit riskit, jotka liittyvät jakelun (kanava/ kaupan ryhmä) laajentamiseen tai supistamiseen

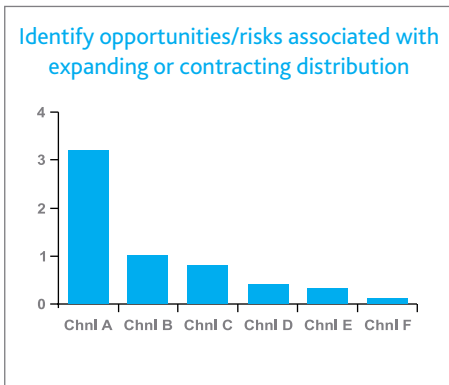
# Maksimoi ostajamäärä valikoiman ja jakelun avulla



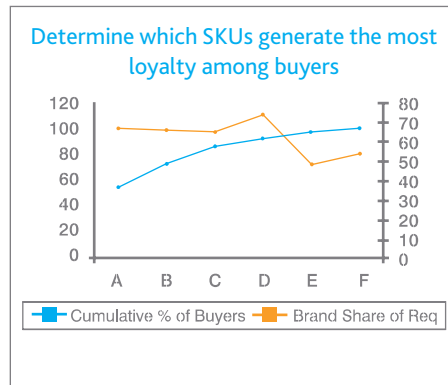
*Shopper Optimizer* osoittaa, että tuote A luo selvästi eniten lisäpenetraatiota. Vastaavasti tuotteet O ja P saavat erittäin vähän lisäostajia osoittaen mahdollisuuden optimoida valikoimaa.



Tuotteet A ja B näyttävät korkeampaa osuutta yksinomaisissa ostajissa, kun taas tuotteet O ja P voidaan karsia, jotta päästään parempaan tuotelinjan kannattavuuteen.



*Shopper Optimizer* osoittaa, että kanavan F poistamiseen liittyvä riski on alhainen johtuen kanavan alhaisesta panoksesta lisämyynnin luomiseen.



Vaikka myyntidatan mukaan brandiostajat olivat vähemmän lojaaleja kanaville E ja F, *Shopper Optimizer* osoittaa, että absoluuttinen uskollisuus näissä kanavissa on melko korkea.

The Nielsen Companyn Kuluttajaneelipalvelut tuottavat päivittäistavaroiden markkinojille kuluttajatietoa 27 maassa ympäri maailman kokoamalla informaatiota kuluttajien todellisista ostoista 265,000 kotitaloudessa. Nielsen tuottaa kuluttajatietoa suurimmista päivittäistavara- ja tuoretavaratuoteryhmistä kaikista myymälätyypeistä. Käyttäen patentoitua, korkeatasoista home scanning –teknologiaa tai muutamissa maissa perinteistä ostopäiväkirjaa Nielsenin Kuluttajaneelipalvelut tuottavat asiakkaille arvokasta tietoa kuluttajan ostokäyttäymisestä.

Asiakaspäällikkönne Nielsenillä antaa mielellään lisätietoja, miten *Shopper Optimizer* voi auttaa yritystänne käyttämään kuluttajaneelitietoa tehokkaasti valikoimapäätöksiin.