

Kuluttajaneeli Sourcerer

Seuraa lanseeraustesi menestymistä tehokkaasti.

Oleellista menestykselle on tietää, mistä lähteistä omien tai brandien ja kilpailijoiden uuden tuotteen myynti tulee ja miten se vaikuttaa koko tuoteryhmään. *Sourcerer*, joka on osa Nielsenin Kuluttajaneelipalveluiden ratkaisuvaihtoehtoja, voi auttaa sinua arvioimaan ja parantamaan uutuustuotteidesi onnistumisastetta.



Johda brandisi menestykselliseen lanseeraukseen

Sourcerer on kehitetty yhteistyössä Nielsenin BASES in™ kanssa. *Sourcerer* on erinomainen työkalu, joka auttaa sinua analysoimaan ja tunnistamaan, mittaamaan ja arvioimaan niitä todellisia muutoksia kuluttajakäyttäytymisessä, joita uutuustuotelanseeraukset aikaansaavat.

Sourcerer auttaa sinua ennustamaan volyymin ja hallitsemaan tuotevalikoimaa mittaamalla luotettavasti, kuinka uudet tuotteet tai tuotelaajennukset kasvattavat brandiasi.

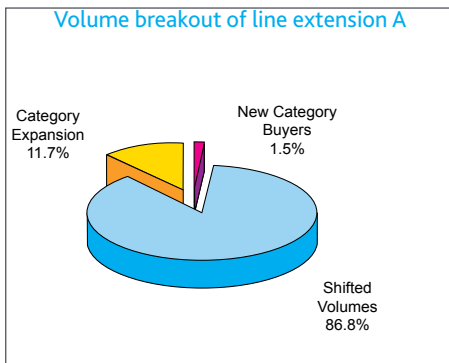
Vastaa liiketoiminnan tärkeisiin kysymyksiin

- Houkutteleeko uusi tuote uusia kuluttajia tuoteryhmään vai saako se vain tuoteryhmän olemassaolevat kuluttajat vaihtamaan ostamiaan brandeja?
- Kannibalisoiko uusi tuotteesi brandin myyntiä?
- Miksi uusi tuotteesi ei onnistu saavuttamaan sille asetettua myyntitavoitetta?
- Voittaako tuotteesi ostajia takaisin Hard discount -kanavasta?

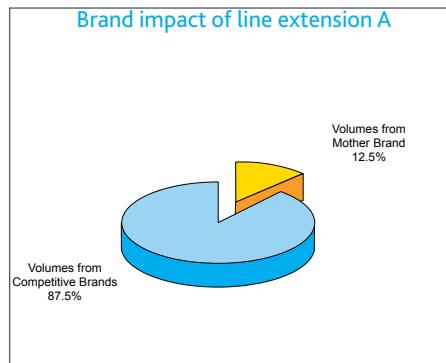
Tärkeimmät hyödyt

- Ymmärrät syvällisesti lanseerauksesi todellisen vaikutuksen.
- Ymmärrät lanseerauksesi menestymisen laajemmassa kokonaisuudessa.
- Parannat tuotteesi markkinointimixiä ja pääset parempiin tuloksiin.

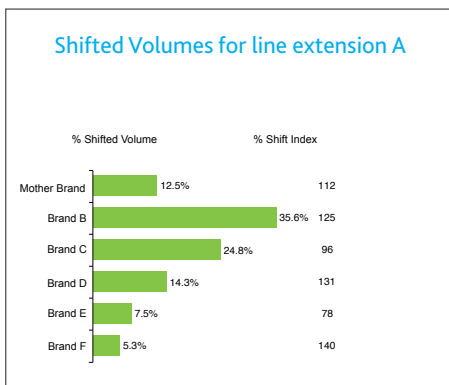
Seuraa tarkasti mistä uuden tuotteesi myynti tulee



Tuotelinjalaajennus A:lla on hyvin rajallinen vaikutus tuoteryhmän kehitykseen: 86.8% sen volyyeista tulee jo olemassa olevilta tuotteilta.



Tästä huolimatta linjalaajennus A:lla on erittäin myönteinen vaikutus pääbrandiin yleisesti: vain 12.5 % sen volyyeista kannibalisoii pääbrandia. Kaikki muu on lisää brandille.



Absoluuttisesti suurin osa volyyeista tulee brandeista B ja C. Kuitenkin suhteessa kokoonsa brandit B, D ja F ovat eniten vaikutusalttiita uudelle tuotelanseeraukselle.

Ainutlaatuinen menetelmä:

- Vertaa tuoteryhmän laajennusta yleisiin ostamistrendeihin
- Kertoo, toiko lanseeraus uusia ostajia tuoteryhmälle
- Mittaa volyyysiirtymää kilpailijoilta ottaen huomioon olemassaolevan kilpailutilanteen
- Vertaa lanseeraustasi aikaisempiin lanseerauksiin
- Esi- ja jälkipäätösanalyysit perustuen jokaisen kokeiluoston todelliseen päivämäärään

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 ostokäyttämisestä.

Asiakaspäällikkönne Nielsenillä antaa mielellään lisätietoja, miten *Sourcerer* voi auttaa yritystänne arvioimaan uusien tuotteidenne menestystä.