

MARKKINATRENDIT 2010

Markkinatrendit 2010 - tuoretta tietoa päivittäistavaramarkkinoista ja markkinoiden kilpailutilanteesta markkinoinnin päätöksentekoon.

Markkinatrendit 2010 on erinomainen työväline esimerkiksi strategiseen suunnitteluun, kilpailutilanteen seurantaan ja kaupan kanssa käytäviin neuvotteluihin. Raportista löytyvät kätevästi ja kompaktisti tuoreimmat tiedot päivittäistavara tuoteryhmien kehityksestä.

Markkinatrendit 2010 perustuu Nielsenin Kuluttajapaneeliin, jossa 2500 suomalaista kotitaloutta pitää jatkuvasti ostopäiväkirjaa taloutensa päivittäistavara-ostoista.

Raportin sisältö

- Taloudelliset tunnusluvut
- Päivittäistavara tuoteryhmien kokonaisostot koko Suomen tasolla (vol/arvo), ostojen kehitys (muutos %) ja hintojen kehitys (hintaindeksi). Kokonaisostoissa kolmen vuoden trendi 2007-2009.
- Tuoteryhmien penetraatio (kuinka monta % talouksista on ostanut tuoteryhmää)
- Tuoteryhmien suurimmat valmistajat ja brandit (Top 3)
- Nopeimmin kasvaneet tuoteryhmät
- Päivittäistavara kaupan rakenne

Tuoteryhmät

Raportti sisältää yli 150 tuoteryhmää jaettuna 9 tuoteryhmäkokonaisuuteen yksityiskohtaisesti kommentoituina:

- Juomat
- Makeist tuotteet
- Maitotaloustuotteet
- Tuore tuotteet (mukana myös HeVi)
- Pakasteet
- Henkilökohtainen hygienia
- Kodintarvikkeet
- Koiran- ja kissanruoka
- Pakatut elintarvikkeet

Raportti valmistuu 30.4. ja toimitetaan asiakkaalle sähköisesti pdf-tiedostona (suomi/englanti).

Hinta

Markkinatrendit 2010 – Suomi 4.867 €

Muiden Pohjoismaiden Markkinatrendit 2010 –raportit

Ruotsin, Norjan ja Tanskan päivittäistavaramarkkinoista toimitetaan ScanTrack-pohjaisia Market Trends 2010 –raportteja hintaan:

- Market Trends - Norja 3.417 €
- Market Trends -Tanska 3.477 €
- Market Trends - Ruotsi 3.765 €



Tarvitsetko tuoretta tietoa pt-markkinoista?

- Mitkä olivat pt-ostoiltaan suurimmat tuoteryhmät?
- Mitkä tuoteryhmät kehittivät parhaiten?
- Miten hinnat kehittivät?
- Mikä oli penetraatio tuoteryhmissäsi?
- Mitä muutoksia tapahtui pt-kaupan rakenteessa?