

Szybki przewodnik: Które dane i kiedy

Te same punkty danych zastosowane w różny sposób prowadzą do uzyskania wniosków dostosowanych do Twoich potrzeb

Zacznij od **Ilości** (waga sprzedanych pozycji x ilość sprzedanych jednostek)
Wartości (cena sprzedanej pozycji x ilość sprzedanych jednostek)
Jednostki (ilość sprzedanych jednostek)

1. Jak radzi sobie mój produkt?

Jest to najczęściej wykorzystywana informacja, może ona rzucić światło na luki na rynku i najważniejsze trendy

Należy skupić się na następujących kwestiach:

Podstawowe punkty danych i ceny

Rok do roku


Wykres trendów rynkowych

Dalsze wnioski:

- Sprawdź, jak wygląda sezonowość rynku i w jaki sposób wpływa na sprzedaż
- Porównaj wyniki kilku produktów na jednym rynku
- Sprawdź wyniki kilku produktów w dłuższym okresie

2. Czym jest sezonowość rynku

Określ wpływ zysków lub strat dla każdego okresu na łączne wyniki

Należy skupić się na następujących kwestiach:

Podstawowe punkty danych

Miesięcznie


Ewolucja sprzedaży

Dalsze wnioski:

- Czy widoczny jest konkretny okres, który przyczynia się wyjątkowo pozytywnie lub negatywnie do łącznych wyników
- Przeanalizuj czynniki wpływające pozytywnie na wyniki
- Porównaj wyniki kilku produktów na jednym rynku

Chcesz uzyskać dostęp do tych danych?

Skontaktuj się z nami, aby odkryć Connect Express Go firmy NielsenIQ – szybki i niedrogi dostęp do danych, które poszerzą Twoją bazę

3. Czym jest udział w rynku dla mojej marki (i innych marek)

Przeanalizuj wyniki z trzech okresów, porównując wartość z ilością lub jednostkami

Należy skupić się na następujących kwestiach:

Podstawowe punkty danych a konkurencja

3 okresy


Wykres udziału w rynku

Dalsze wnioski:

- Sprawdź, które marki napędzają zmiany wyników w dłuższym okresie
- Zastanów się, dlaczego trendy wartości i ilości różnią się: wpływ ma zapewne cena

4. KPI – przegląd dla różnych produktów

Porównanie wyników różnych marek w zakresie najważniejszych wskaźników na jednym widoku może pomóc w określeniu możliwości wzrostu


Należy skupić się na następujących kwestiach:

Trendy sezonowe

Udział w rynku

Rozkład ważony

Rok do roku


Czynniki wpływające pozytywnie na wyniki

Dalsze wnioski:

- Jak KPI Twoich produktów wyglądają w porównaniu do konkurencji
- Ustal, w jaki sposób nowe i nieaktywne produkty wpływają na aktualne trendy wyników dla różnych marek
- Rozważ, które elementy w sklepie pozwalają wyjaśnić wyniki produktu

Śledź najnowsze analizy NielsenIQ dotyczące małych i średnich firm – NielsenIQ