

CMR

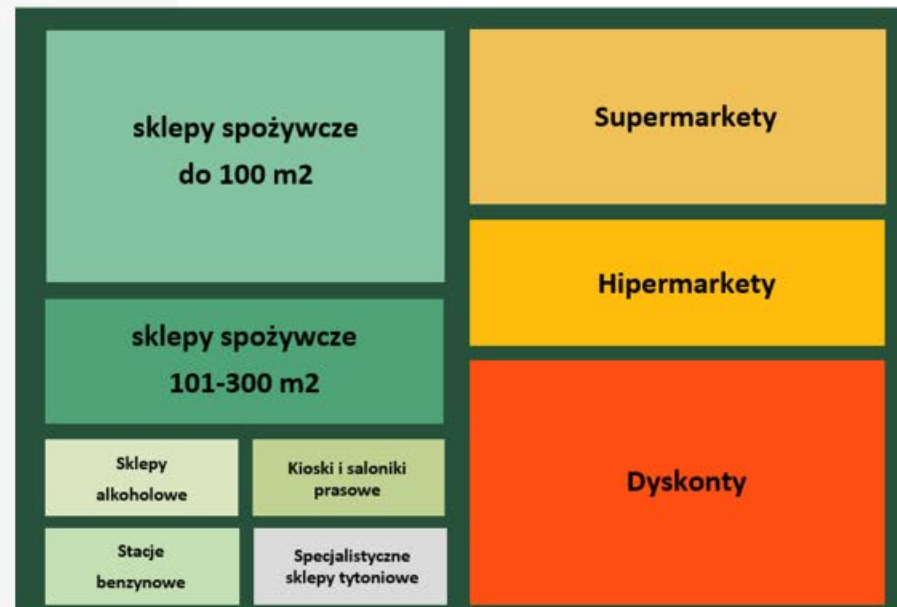
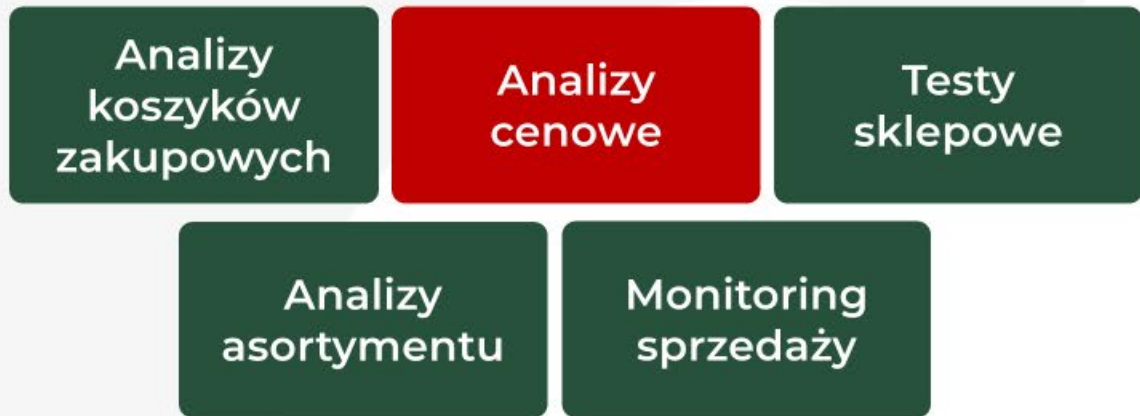


Monitoring cen w oparciu o analizę elektronicznych danych transakcyjnych ze sklepów detalicznych

Źródło danych

16 590
Sklepów
detalicznych w
Polsce

3 mld
transakcji rocznie



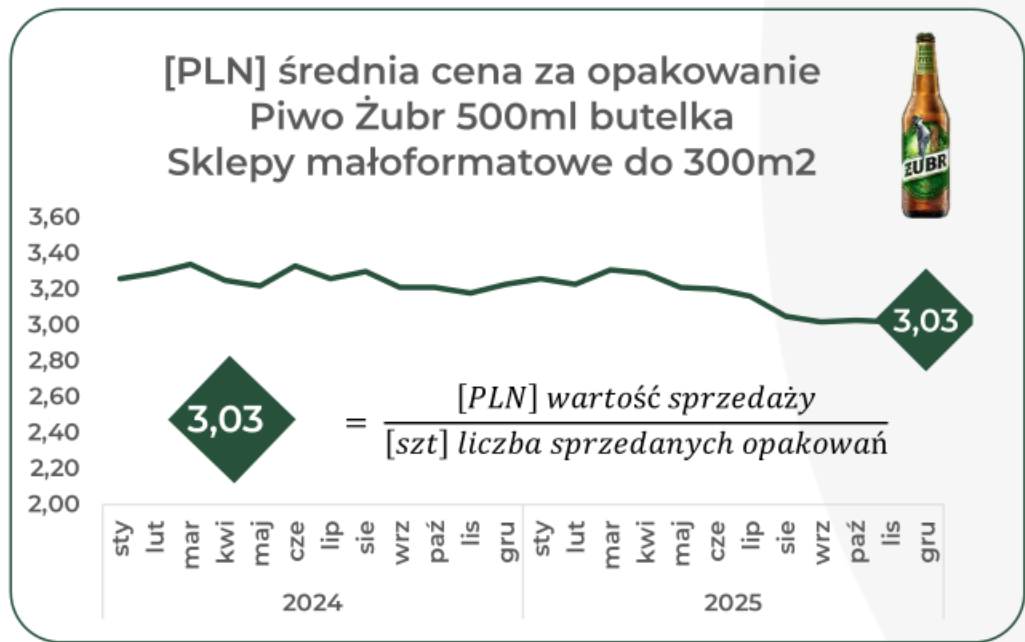
Dyspersja cen jako podstawowe narzędzie analizy

Dyspersja cen pozwala na precyzyjne określenie:

- Jaki był najczęściej występujący punkt cenowy: tu 3,29 PLN
- Na jakim odsetku paragonów się pojawił: tu 37,7% transakcji w grudniu 25
- W jakim odsetku sklepów występował: tu 45% wszystkich sklepów kanału

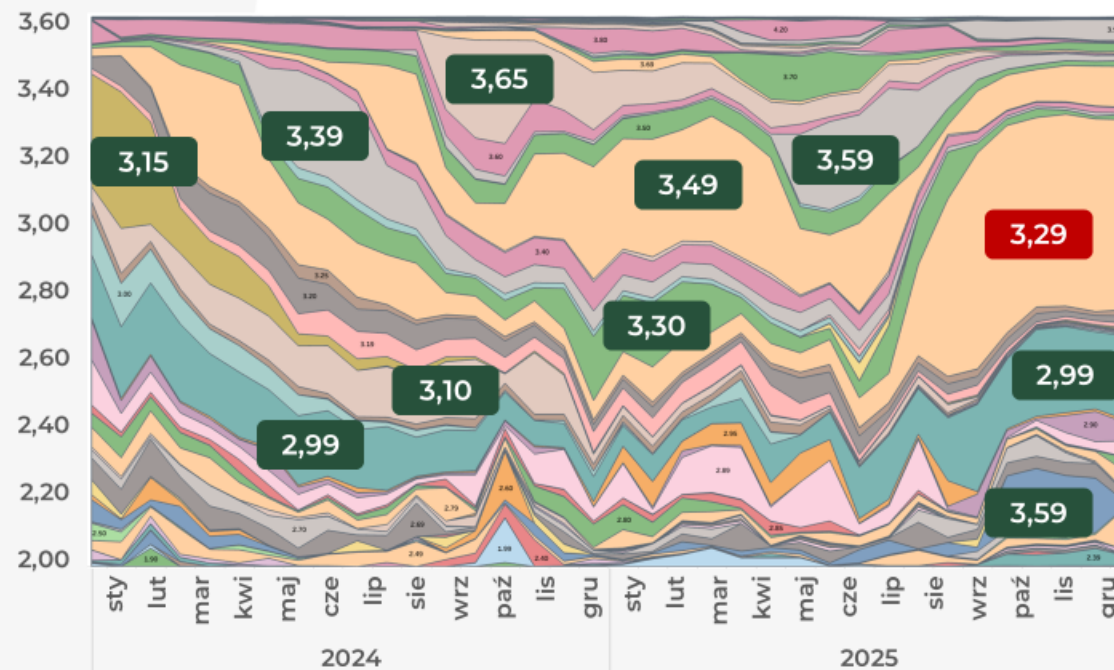
Jaka jest najczęściej występująca cena w sklepach?

Jaka jest najczęściej występująca cena na paragonach?



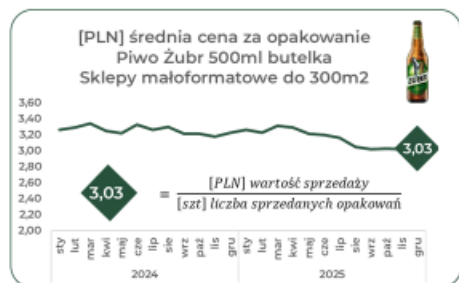
[%] dyspersja cen – rozkład liczby transakcji wg punktów cenowych

Piwo Żubr 500ml butelka, Sklepy małaformatowe do 300m2

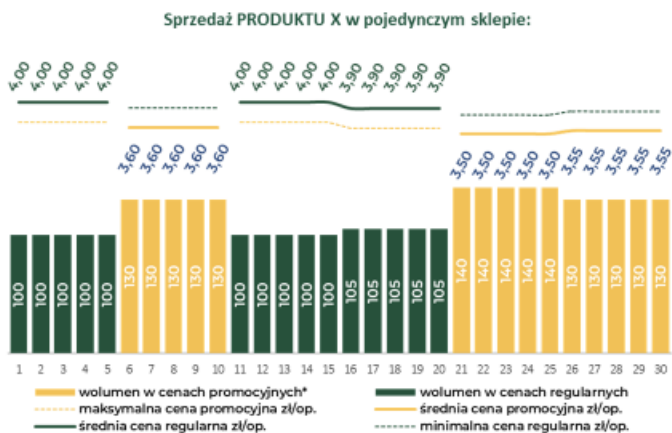


- Rozpakowania
- Błędy kasjerskie
- Kaucje

Ceny promocyjne, ceny regularne

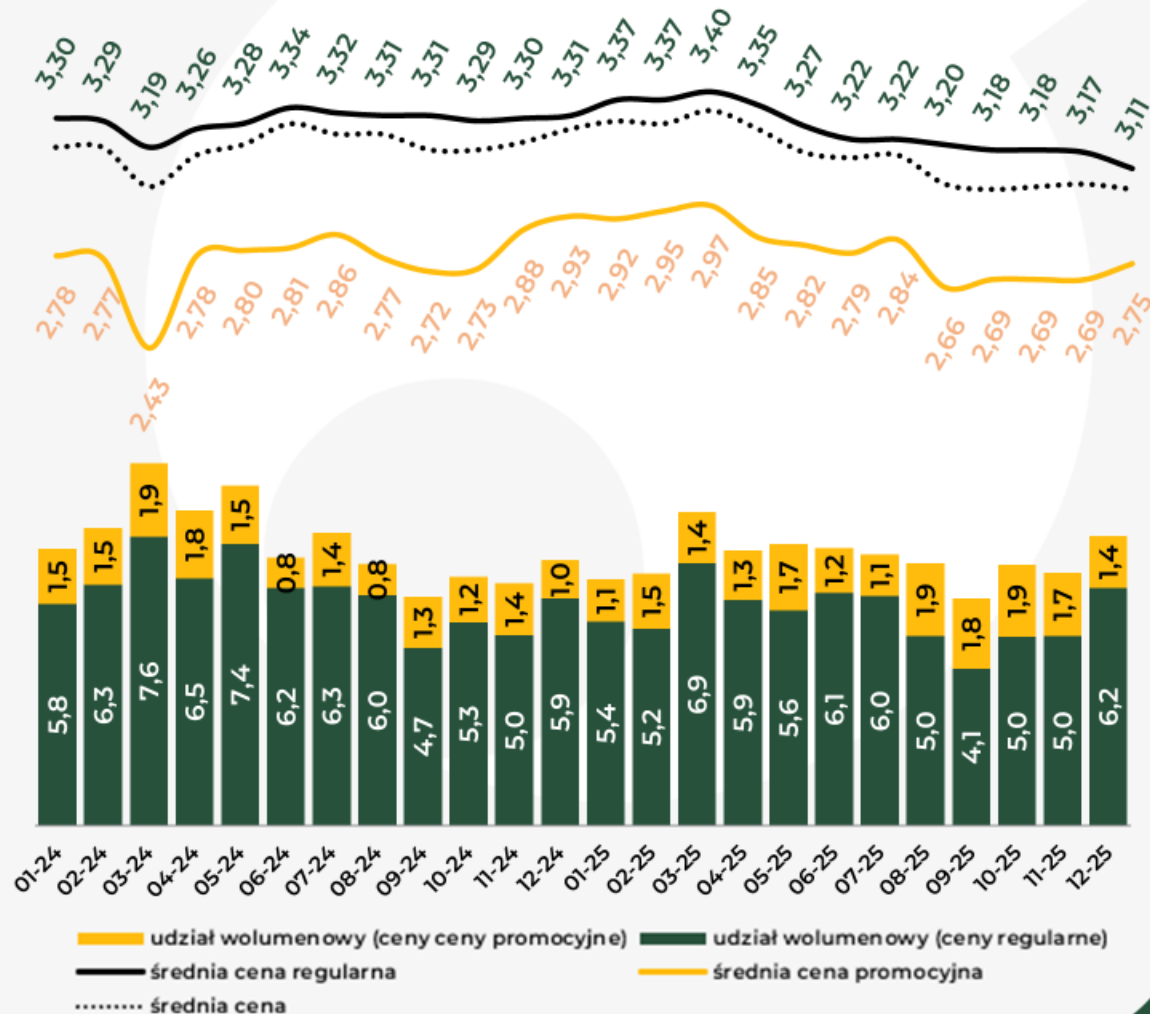


- W każdym sklepie wchodzącym w skład panelu CMR identyfikowana jest cena:



- promocyjna – jeśli spada o zadany % z dnia na dzień, była oznaczona jako promocyjna i nie wzrosła oraz trwała nie dłużej niż zadany okres
- regularna – jeśli rośnie o zadany % z dnia na dzień, jeśli mija zadany okres promocji lub była oznaczona jako regularna i nie spadła.

Średnie ceny regularne i promocyjne oraz wpływ na udziały wolumenowe
Żubr butelka 500ml, Sklepy małowformatowe do 300m2



Indeksowanie cenowe - Inflacja



Koszyk zakupowy



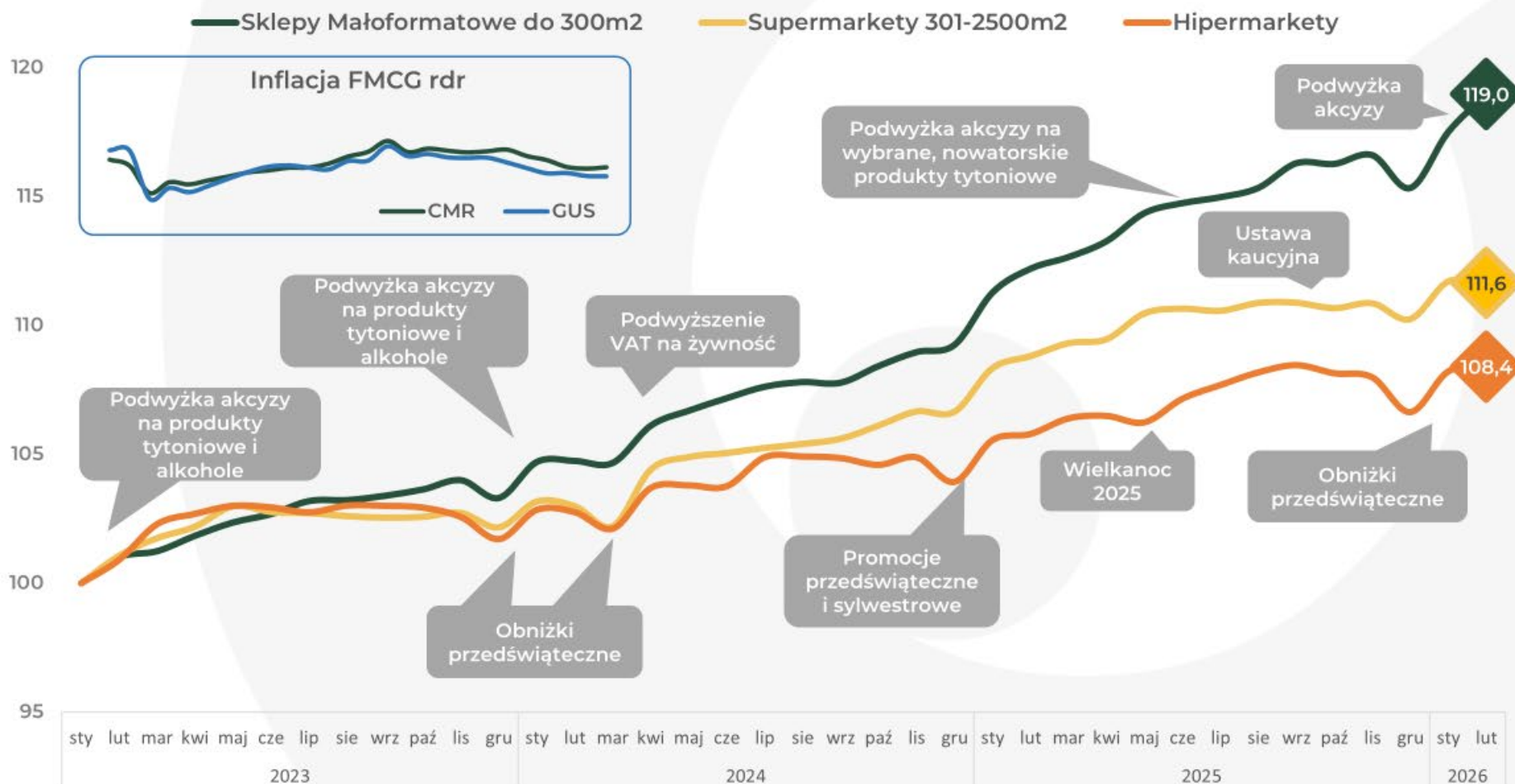
Wspólny dla kanałów koszyk 12900 produktów, niezmienny przez cały okres badania, obejmujący kategorie odpowiadające za odpowiednio 90%, 82% i 80% sprzedanych opakowań w kanale sklepów małaformatowych, super- i hipermarketów

Ważenie

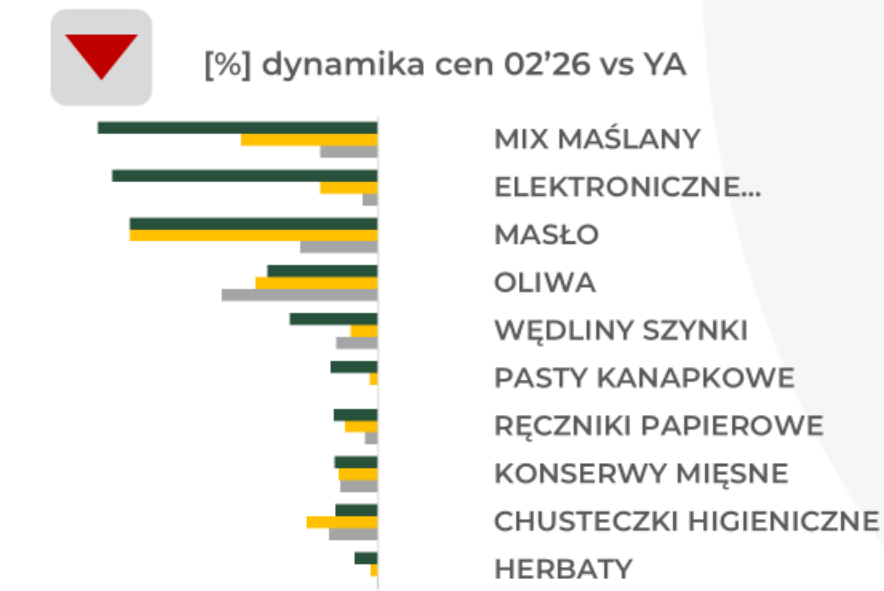
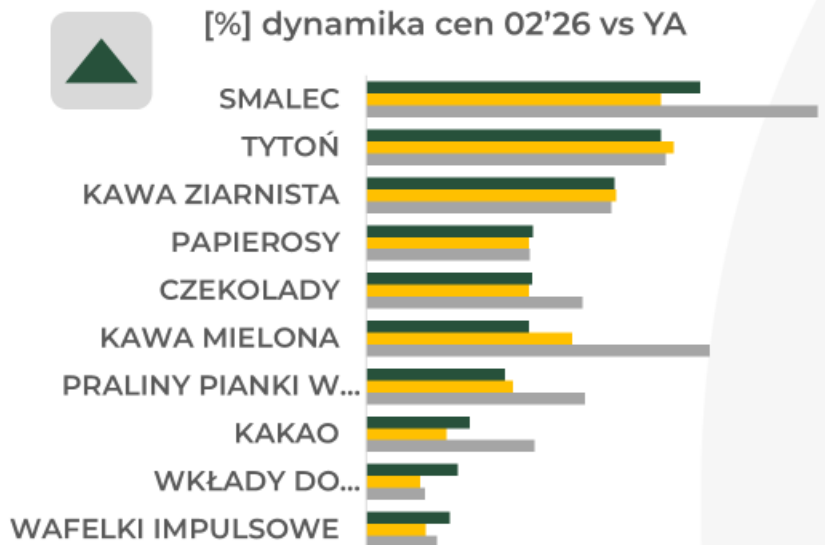


Linie produktowe są **ważone liczbą opakowań** aby jak najlepiej odzwierciedlić przeciętny koszyk. **Wagi są stałe przez cały okres badania**, indywidualne dla każdego z kanałów co **eliminuje z wyników wpływ sezonowości, zmiany zachowań konsumenckich** w kontekście wyboru opakowań czy premiumizacji

[index: 01'2023 = 100] Średnia cena za opakowanie



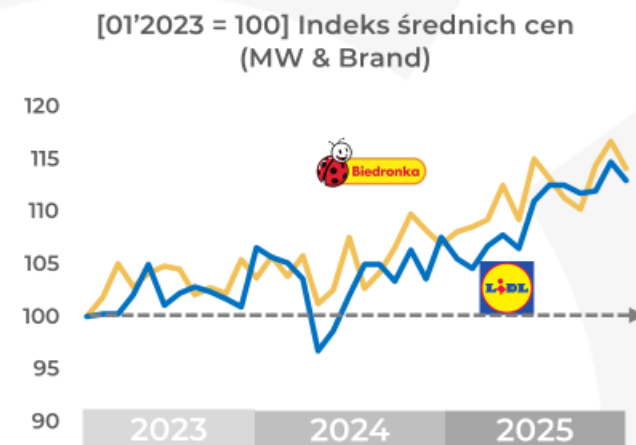
Pogłębianie inflacji na kategorie



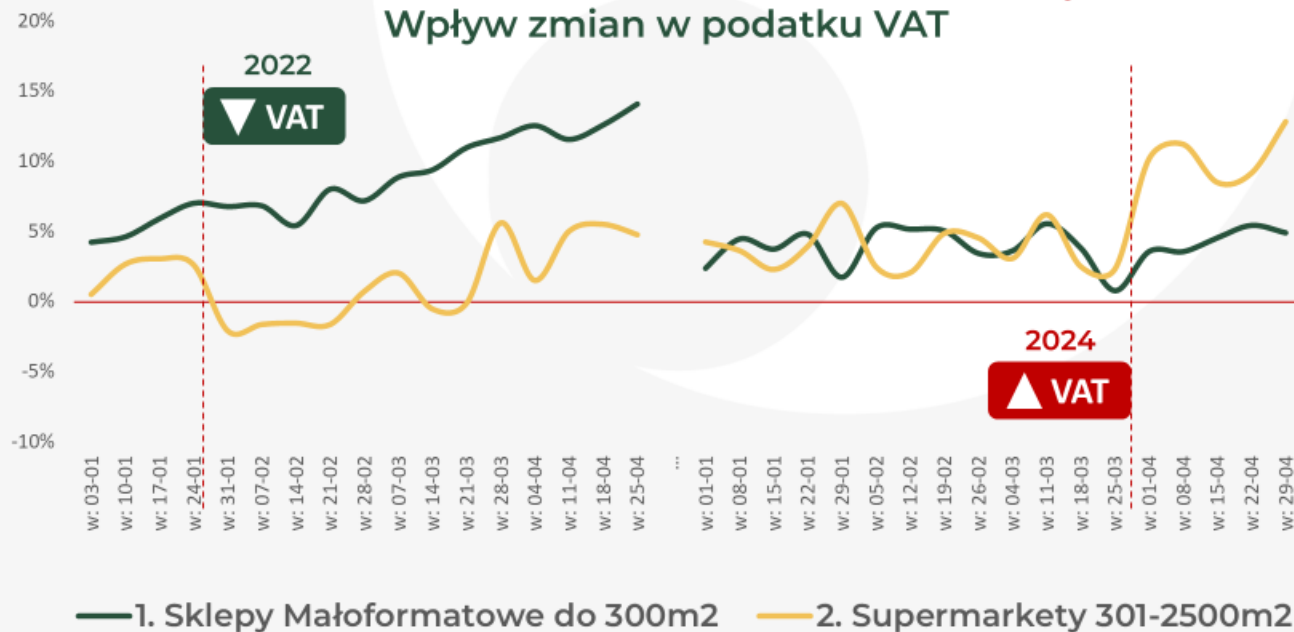
Szeroki koszyk produktowy, pozwalający do **dowolnego pogłębiania** analiz inflacyjnych z uwzględnieniem wszystkich kategorii produktowych i kanałów.

Wielkość próby pozwala na **dowolną częstotliwość raportowania**.

Uwspólnienie wag pomiędzy kanałami pozwala analizować **pozycjonowanie cenowe linii**.



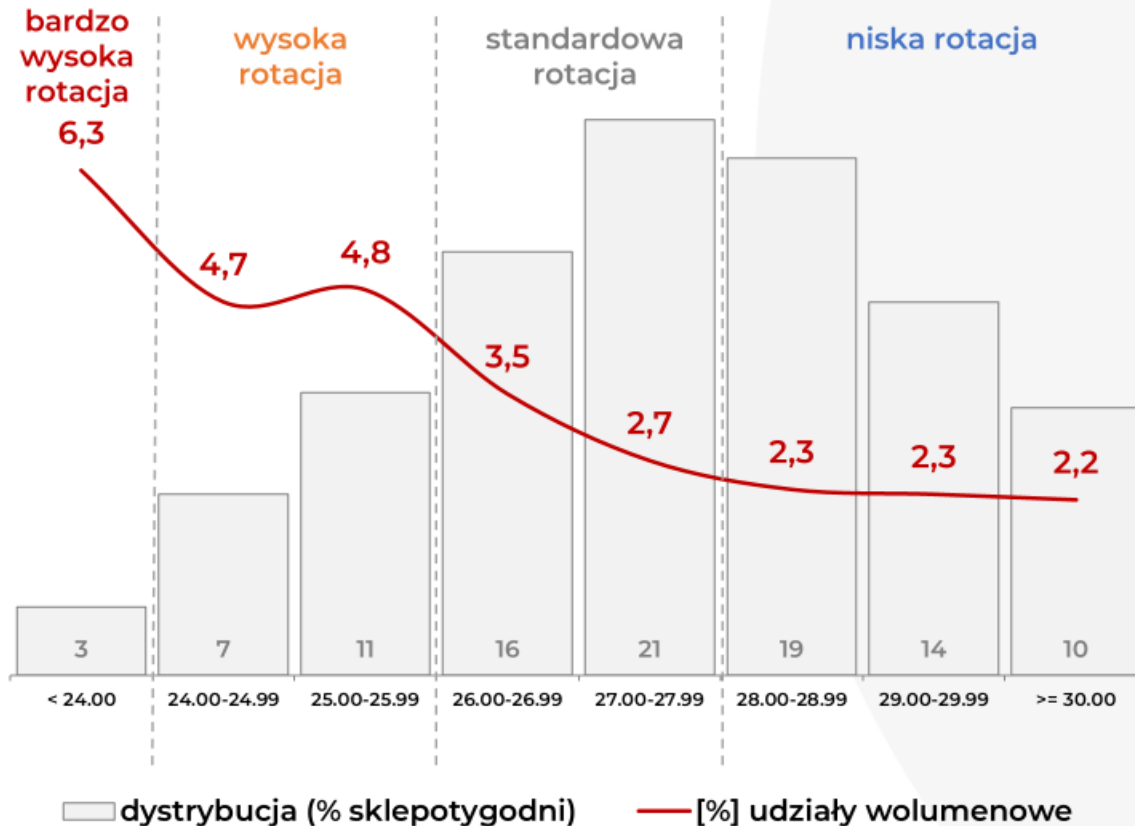
[%] dynamika średnich cen rdr – **Produkty mięsne** Wpływ zmian w podatku VAT



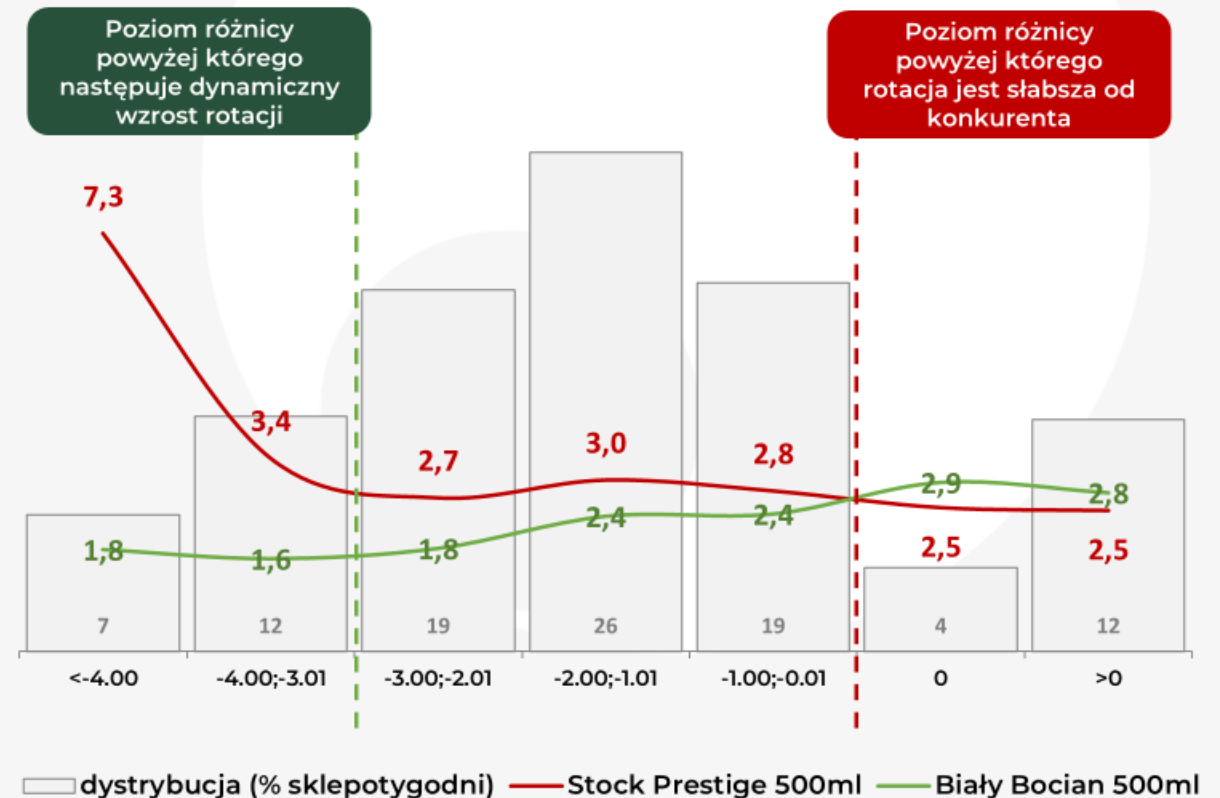
Pozycjonowanie cenowe - grupowanie

Z punktu widzenia samej sprzedaży, istotna jest nie tylko sama cena a jej wpływ na rotację produktu. Pomocne w ustaleniu punktu optimum są analizy grupowania jedno- i dwuwymiarowe określające zależność pomiędzy ceną a rotacją danej linii produktowej.

Stock Prestige 500ml – udziały wolumenowe w kategorii wg przedziałów cenowych



Stock Prestige 500ml vs Biały Bocian 500ml – udziały wolumenowe w kategorii wg różnic cenowych pomiędzy SKU

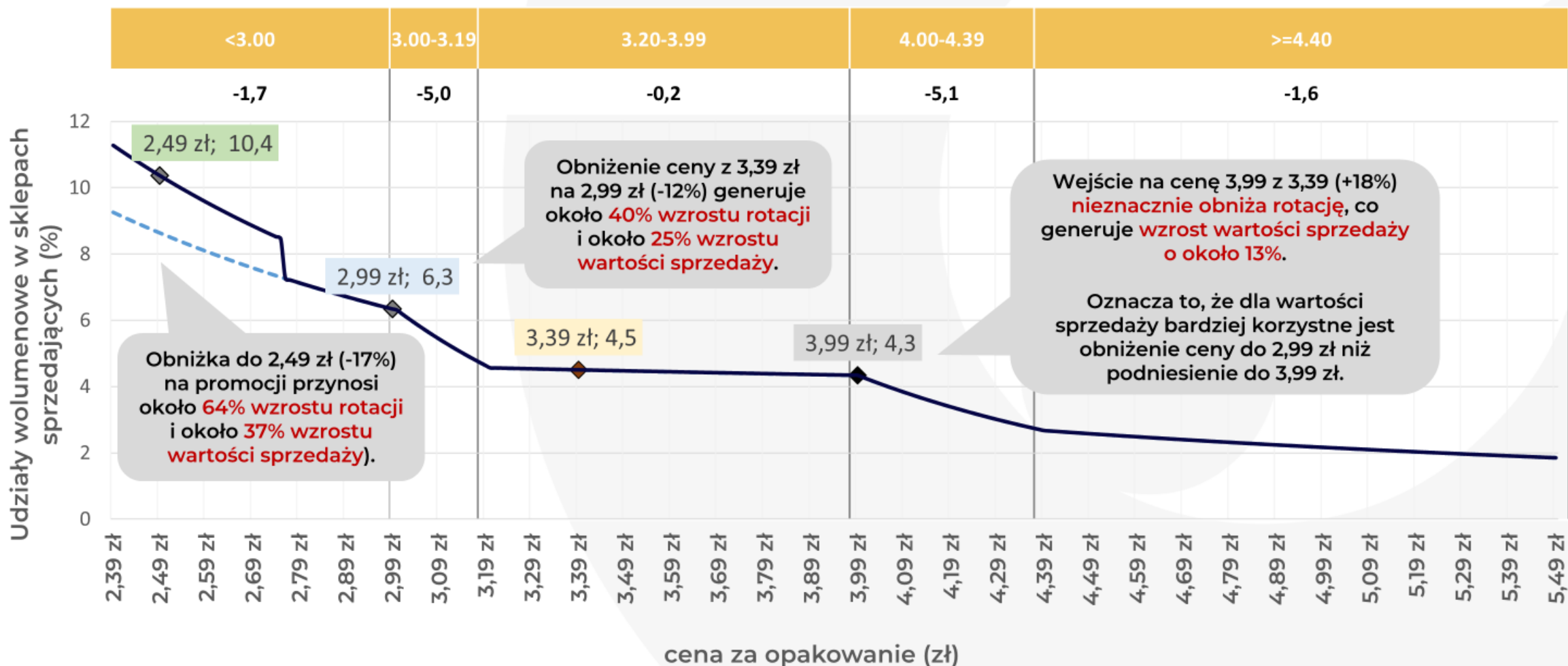


Elastyczność cenowa



Do precyzyjnego określania strategii cenowych maksymalizujących sprzedaż służą **analizy elastyczności cenowej**, których zadaniem jest wskazanie punktu cenowego przekładającego się na najwyższą wartość sprzedaży

średnia elastyczność ceny regularnej:	-1,77
średnia elastyczność ceny promocyjnej:	-2,13
efekt promocyjny	+15,6%



Optyka
Producentów vs
Optyka Sieci vs
Optyka Klienta

Indeksowanie cenowe
jako narzędzie do
obiektywnej oceny
poziomów cenowych.

Skalowalność vs
zaawansowanie
metody analizy cen

Strategie cenowe i
narzędzia do
modelowania cen

Średnia
cena
≠
cena

Marek Zachalski

Menadżer ds. sieci
handlowych

CMR 

mob.: +48 512-985-816

marek.zachalski@cmr.com.pl





Ekspert badań marketingowych

Opartych o analizy danych transakcyjnych

ANALIZY KOSZYKA ZAKUPOWEGO

Analizy zwyczajów
zakupowych oparte o dane
transakcyjne

ANALIZY CENOWE

ANALIZY ASORTYMENTU

TESTY
Eksperymenty w
sklepach

COTYGODNIOWY MONITORING SPRZEDAŻY

Ponad 15 lat doświadczenia w analizie sprzedaży
detailed w Polsce

Kontakt
/ cmr@cmr.com.pl / www.cmr.com.pl