

ОПТИМИЗАЦИЯ АССОРТИМЕНТА ДЛЯ МАКСИМИЗАЦИИ СПРОСА В КАТЕГОРИИ

РЕШЕНИЕ NIELSEN ASSORTMENT AND SPACE OPTIMIZATION (ASO) ВЫЧИСЛИТ ИНКРЕМЕНТАЛЬНЫЕ ПОЗИЦИИ В ПОРТФЕЛЕ И ДАСТ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОСТРОИТЬ МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНУЮ АССОРТИМЕНТНУЮ СТРАТЕГИЮ.

СИТУАЦИЯ

Один из глобальных производителей FMCG, бренды в категории средств для дома и для личной гигиены которого пользуются большой популярностью на рынке в Турции, поставил перед собой задачу укрепить лидирующие позиции в категории кондиционеров для белья.

Производитель стремился к еще большему проникновению в категорию за счет как изучения потребностей покупателей в отношении стирки, так и анализа их поведения в магазине. Конечной целью было составление портфеля, который продолжил бы поддерживать лидерство бренда на рынке страны.

РЕШЕНИЕ

Производитель смог оптимизировать ассортимент в гипермаркетах, супермаркетах и минимаркетах с помощью решения Assortment and Space Optimization от Nielsen.

Мы провели измерения продаж на уровне SKU, представили перечень приоритетных товарных позиций для каждого формата, оценили потенциальный уровень инкрементальных продаж.

РЕЗУЛЬТАТ

Наши рекомендации позволили производителю оптимизировать портфель с учетом правильного соотношения сегментов, размера упаковки и других показателей.

После реализации обновленной ассортиментной стратегии производитель смог увеличить продажи на \$11,8 млн. всего за один год.

Напишите нам на info.russia@nielsen.com

