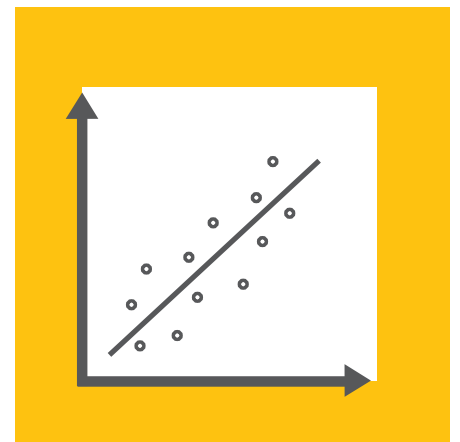
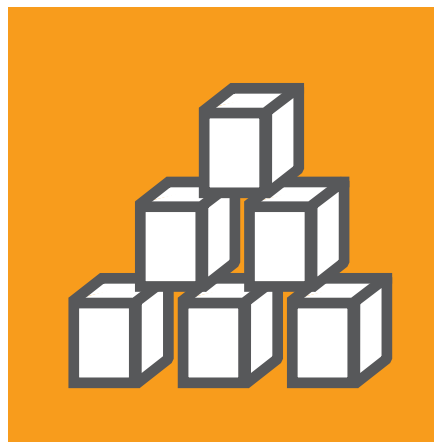


Promotion-Regression



- Welche **Promotionarten** werden wie häufig in der Praxis durchgeführt?
- Wie gut ist der **Umsetzungsgrad** der vorgefundenen Promotions?
- Auf welche Promotions setzen die **Mitbewerber?**
- Welche Faktoren haben Einfluss auf den **Erfolg einer Promotion?**
- Welche Faktoren beeinflussen den Promotionerfolg **positiv**, welche **negativ**?
- Wie stark ist der **Einfluss dieser Faktoren** auf den Promotionerfolg?
- Wie sieht die **Gesamtgleichung** einer Erfolgspromotion aus?

Erfolgsfaktoren für Promotions ganzheitlich identifizieren

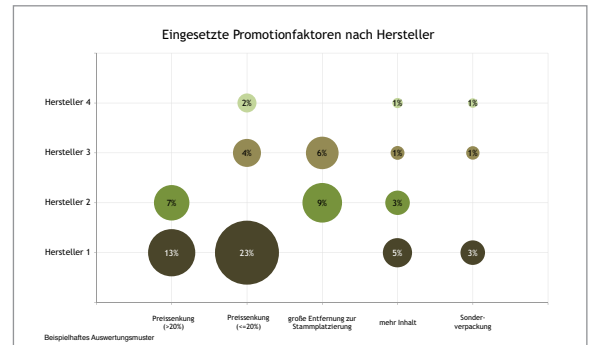
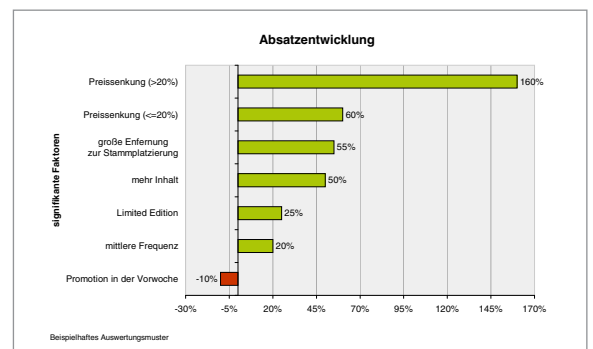
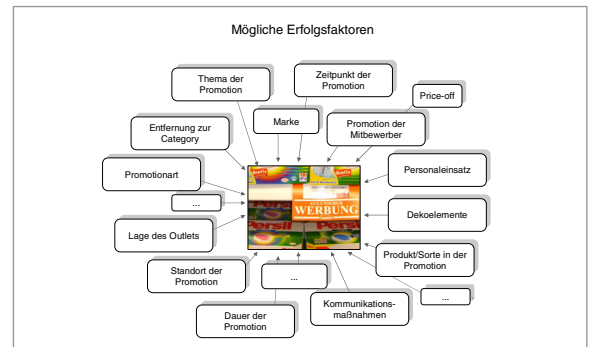
Promotions sind ein wichtiges Instrument für eine erfolgreiche Marktbearbeitung. Jedoch erzielt ein Großteil aller durchgeführten Promotions, sowohl im Regal als auch in der Zweitplatzierung, nicht das gewünschte Ergebnis. Daher ist es überaus wichtig, den tatsächlichen Erfolg von Promotions zu untersuchen.

Da der Promotionerfolg am POS von zahlreichen Faktoren abhängig ist und grundsätzlich von einer Wechselwirkung der verschiedenen Faktoren ausgegangen werden muss, ist ein individuelles Abtesten aller möglichen Faktoren nicht sinnvoll.

Methode

Die Promotion-Regression ist eine Methode, die es ermöglicht, die Wirkung von Promotions ganzheitlich unter Live-Bedingungen am POS zu untersuchen. So können alle Faktoren identifiziert werden, die positiv oder negativ Einfluss auf den Abverkaufserfolg nehmen.

Dazu werden alle möglichen Erfolgsfaktoren über einen definierten Zeitraum am POS erfasst und anschließend mit Abverkaufszahlen verknüpft. Mit Hilfe einer Regressionsanalyse wird dann untersucht, welche Faktoren in welchem Maß für die Absatzentwicklung und damit den Promotionerfolg verantwortlich sind.



VORTEILE UND BESONDERHEITEN

- Ergebnisse basieren auf dem "natürlichen Testumfeld" in den Outlets
- Deutlich höhere Faktorenanzahl im Vergleich zum Handelspanel
- Erhebung von Aussagen zu Wettbewerber-Promotions
- Ermöglicht Prognosen für zukünftige Promotions

plan + impuls
 Gesellschaft für Marktforschung
 & Beratung am POS mbH
 Lindwurmstraße 101
 80337 München
 Telefon: 089-54 03 18 0
 Telefax: 089-54 03 18 11
 info@planundimpuls.de
 www.planundimpuls.de

plan + impuls



Gesellschaft für Marktforschung & Beratung am POS mbH