

# ACNielsen Cat\*Com Promotion 2005

## Promotionstrategien steuern und bewerten

Wie hoch ist der Promotionanteil am Gesamtumsatz einer Warengruppe? Wie hoch ist der Promotionanteil meiner eigenen Marke?

Das optionale Zusatzmodul **Cat\*Com Promotion** bietet Ihnen Analysemöglichkeiten über Promotionaktivitäten einzelner Hersteller, deren Marken, ganzer Warengruppen und Geschäftstypen.

Folgende Faktoren werden bei der Kennzahl „Promotion“ berücksichtigt:

- Displays am POS
- Tageszeitungsinsertionen
- Handzettel
- Preisreduzierungen

Die Auswertungen in **Cat\*Com Promotion** können:

- auf Warenklassen- oder -gruppenebene,
  - auf Herstellerebene
  - und auf Markenebene
- als Stapeldiagramm oder als Tabelle dargestellt werden.

## Beispiel

Wie viel Umsatz wurde in der Warengruppe „Universalwaschmittel“ durch Promotions erzielt? Wie hoch war der Gesamtumsatz dieser Warengruppe?

## Einfluss auf Umsatz und Absatz

Schnell und einfach beantwortet Ihnen **Cat\*Com Promotion**

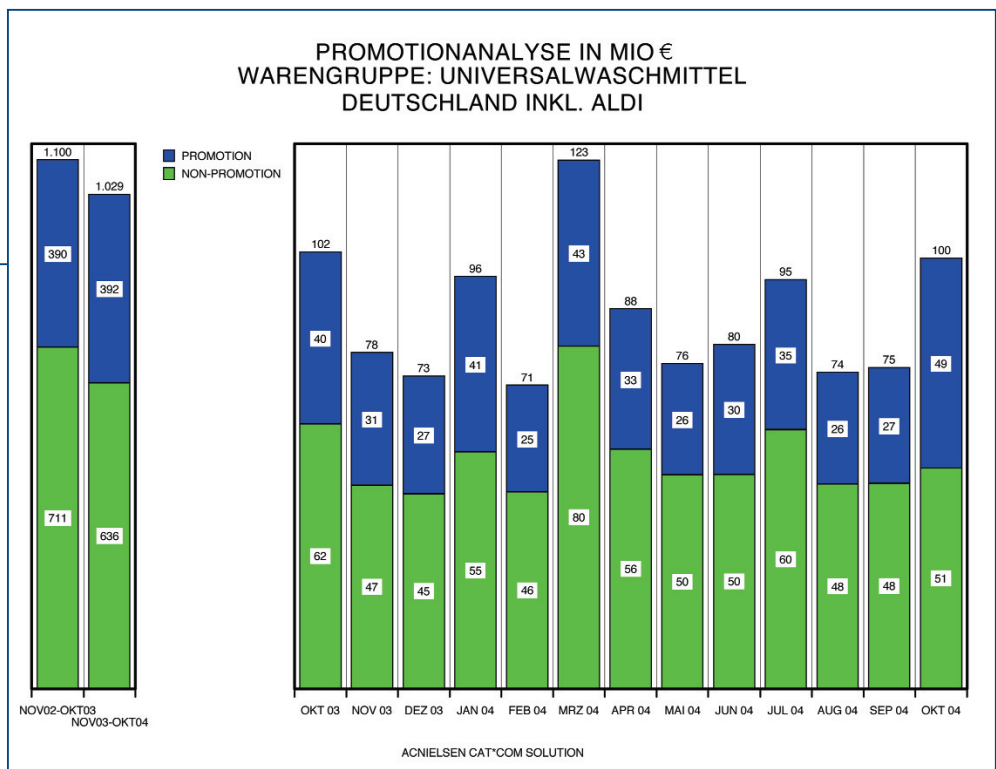
wichtige Fragen über Promotionaktivitäten – sowohl Ihrer Wettbewerber als auch Ihrer eigenen Aktionen:

- Wie haben sich Umsatz oder Absatz durch Promotionaktionen entwickelt?
- Bringt die Promotion den gewünschten Erfolg?
- Wie sehen Umsetzung, Effizienz oder Akzeptanz der Promotion in den ACNielsen Gebieten, Vertriebskanälen oder Key Accounts aus?

## Cat\*Com Promotion

- Schnelle Informationen über Promotionaktivitäten
- Promotionanalysen über mehrere Warengruppen, Hersteller und Marken
- Detailinformation über Zusatzumsatz/-absatz durch Promotion

## Analysebeispiel Promotionumsätze



A.C. Nielsen GmbH  
Decision Support Services  
Dirk Bauer  
Ludwig-Landmann-Straße 405  
60486 Frankfurt am Main  
Tel.: 0 69/79 38 - (0) 263  
Fax: 0 69/79 38 - 484  
E-Mail: [dirk.bauer@germany.acnielsen.com](mailto:dirk.bauer@germany.acnielsen.com)  
Internet: <http://www.acnielsen.de>