

Komunikat prasowy

GfK wzbogaca raporty o dane sprzedażowe MediaMarkt

29 maja 2019 r.

Magdalena Sosna
Manager
Marketing & Communications
T +48 22 43 41 239
M +48 501 185 809
magdalena.sosna@gfk.com

Warszawa, 29 maja 2019 r. – Key Account Data Reporting to analizy typu PoS Tracking (Point-of-Sales), oparte na wynikach sprzedaży poszczególnych detalistów. Porozumienie zawarte z siecią MediaMarkt umożliwia pokazywanie wyników jednego z największych detalistów w analizach GfK. Raporty te są już dostępne dla producentów urządzeń z sektora konsumenckiej elektroniki użytkowej, będących klientami GfK.

Nowe analizy pozwalają producentom działającym na rynku oraz firmie MediaMarkt na tworzenie wspólnych, bardziej szczegółowych i efektywniejszych strategii planowania sprzedaży swoich kategorii produktowych. Dodatkowo zapewnią one większą transparentność procesów biznesowych zachodzących w relacjach pomiędzy tymi podmiotami. *Dotychczas raporty dla rynku dóbr trwałego użytku dostarczane przez GfK nie zawierały tego typu informacji. Projekt Key Account Data Reporting realizowany wspólnie z MediaMarkt pozwala zrobić kolejny krok ku nowemu wymiarowi raportowania wyników rynku. Dzięki niemu detaliści, decydujący się na wzięcie udziału w projekcie Key Account Data Reporting, i producenci uzyskują nowe pole do współpracy, by razem rozwijać poszczególne kategorie produktowe i identyfikować wspólne obszary wzrostu.* – komentuje Agnieszka Sora, Managing Director w GfK.

GfK Polonia Sp. z o.o.
ul. Ludna 2
Warszawa, 00-406
Polska

T: +48 22 43 41 000
F: +48 22 43 41 010

Zarząd:
Agnieszka Sora

Sąd Rejonowy
dla M. St. Warszawy
XII Wydział Gospodarczy
Krajowego Rejestru Sądowego
KRS 0000163116
NIP: 527-020-35-72
Kapitał zakładowy:
1 500 000 PLN

Największą zaletą usługi Key Account Data Reporting jest możliwość korzystania z tych samych danych przez detalistę, w tym wypadku MediaMarkt i jego dostawców, przez co realne staje się podejmowanie wspólnych i efektywniejszych biznesowo decyzji, skuteczniejsze planowanie kategorii, współtworzenie strategii sprzedażowych oraz wspólne poszukiwanie, a także wykorzystywanie ukrytych potencjałów i szans rynkowych.

Publikacje GfK stanowią dla przedsiębiorców rzetelne źródło informacji

niezbędnych do analizy trendów sprzedażowych, a tym samym do planowania strategii biznesowej. Cieszymy się z podjętej współpracy. Dzięki udziałowi MediaMarkt w tym projekcie opracowania Key Account Data Reporting będą jeszcze lepiej odzwierciedlały aktualną sytuację na polskim rynku elektroniki użytkowej. – powiedział Marcin Rosati, Prezes Zarządu MediaMarktSaturn Polska.

Raporty Key Account Data Reporting oferowane przez GfK zawierają szczegółowe informacje na temat wyników biznesowych konkurencyjnych marek na poziomie SKU dla pełnej kategorii. Ponadto wspomniane raporty umożliwiają porównywanie benchmarków zawartych w raportach POS GfK, czyli na podstawie uspojnionych danych z jednego źródła, uznawanego za obowiązującą „walutę” dla całości rynku. Według analityków GfK projekt Key Account Data Reporting jest dla producentów oraz MediaMarkt idealnym narzędziem strategicznym, które pozwoli im zmaksymalizować ROI.

Analizy Key Account Data Reporting są dostępne w trybie miesięcznym na rynkach Austrii, Belgii, Niemiec, Grecji, Węgier, Włoch, Luksemburga, Holandii, Polski, Portugalii, Hiszpanii, Szwecji, Szwajcarii i Turcji.

– KONIEC –

GfK

GfK stosuje naukowe podejście w analizie danych. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom badawczym dostarczamy informacje o konsumentach, rynkach, markach i mediach. Zarówno tych dzisiejszych, jak i przyszłych. Dla naszych klientów jesteśmy sprawdzonym partnerem badawczym i analitycznym. „Growth from Knowledge”.