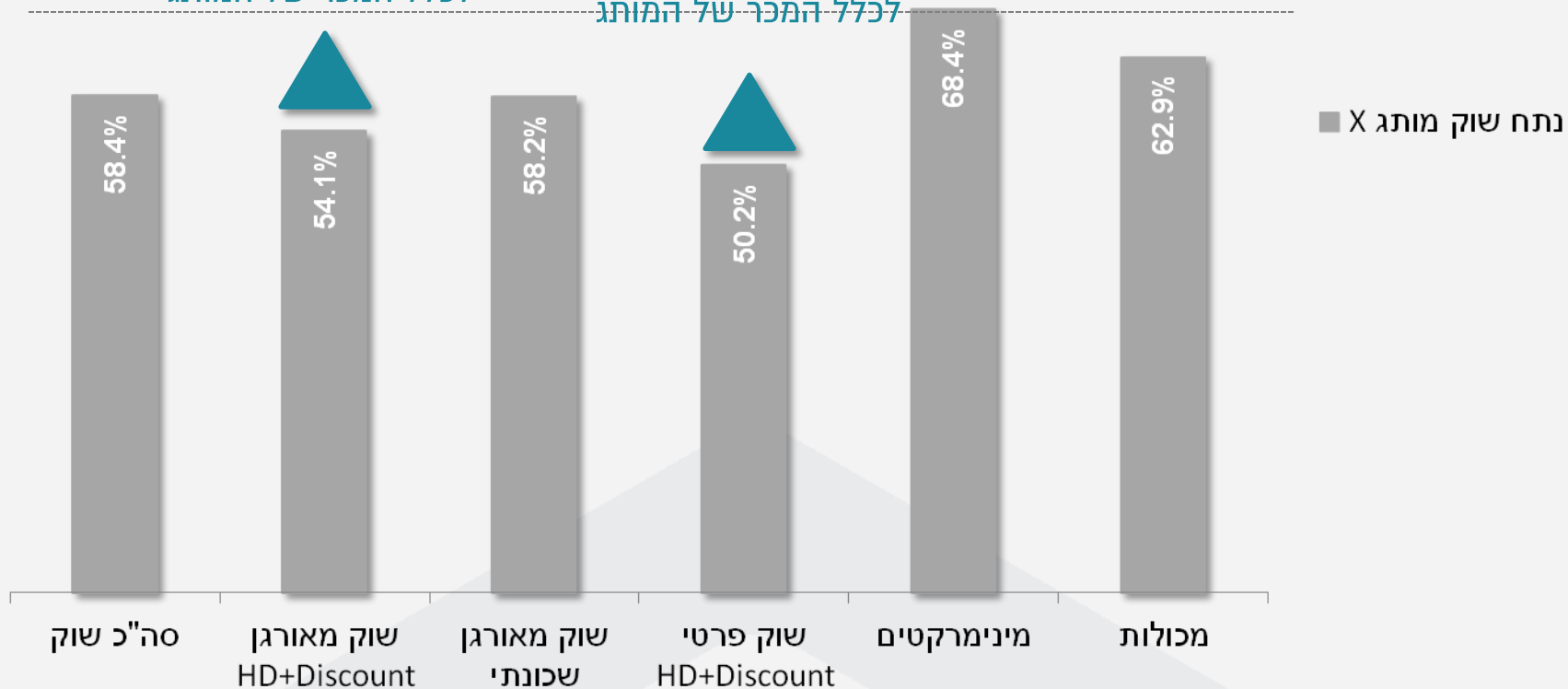


« נתח שוק נמוך יחסית למותג X ניכר בערוצי השוק המאורגן והפרטי HD.

« הגדלת נתח שוק מותג X בערוצים אלה לרמה הממוצעת בכלל השוק = 6.9% צמיחה בכלל מכר המותג.

מיצוי פוטנציאל נ"ש
יהווה תוספת של 2.9%
לכלל המכר של המותג

מיצוי פוטנציאל נ"ש
יהווה תוספת של 4.0%
לכלל המכר של המותג

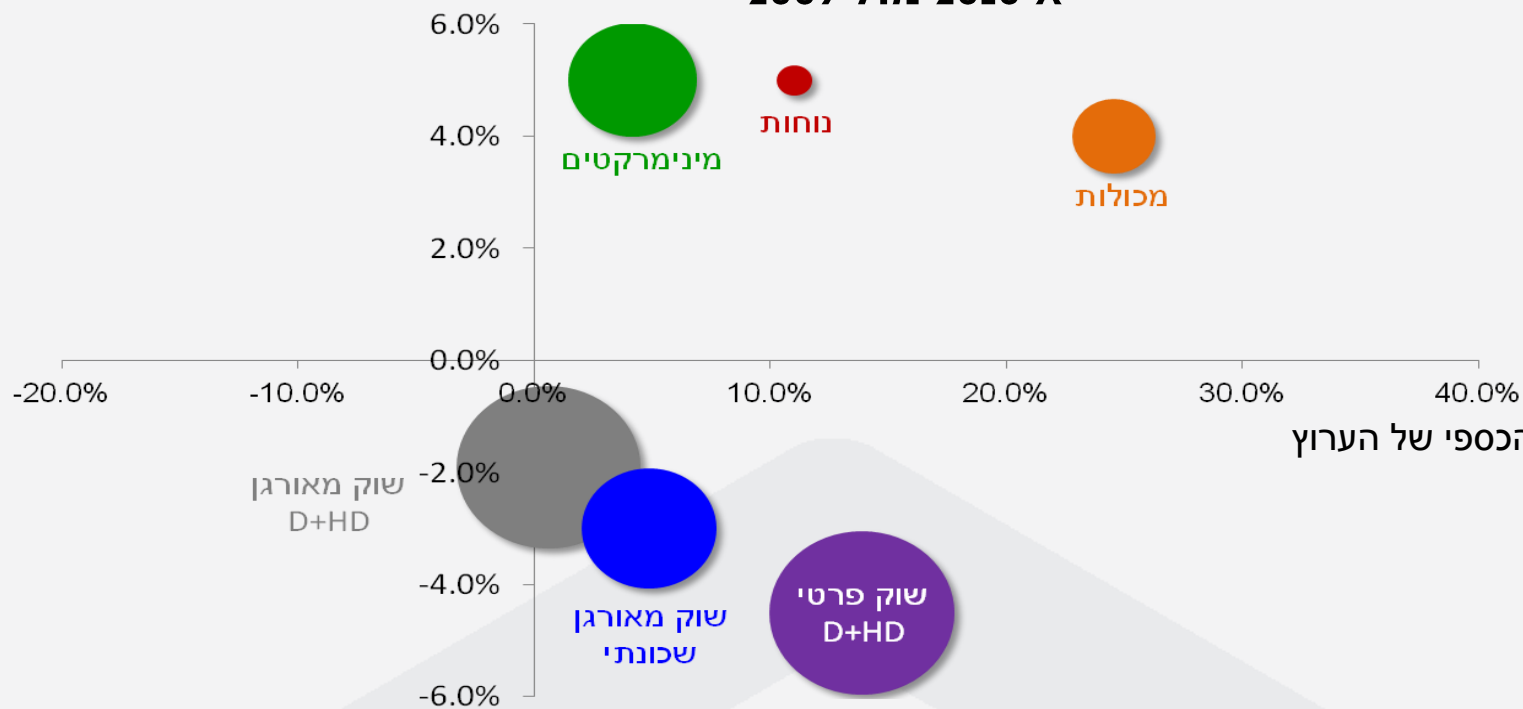


« מותג X יורד בנתחו בערוצי המכירה הצומחים: מאורגן שכונתי ושוק פרטי HD.

« בשלב הבא ניתן לבחון את הגורמים שעשויים לשמש כגורם מסביר לירידה בנתח השוק: מגמות רמת המחיר בערוצי המכירה הללו ביחס למתחרים ומגמות הזמינות בנקודות המכירה ביחס למתחרים.

שינוי בנקודות נתח שוק כספי של מותג

2009 מול 2010 X



אחוז שינוי במכר הכספי של הערוץ
2009 מול 2010

