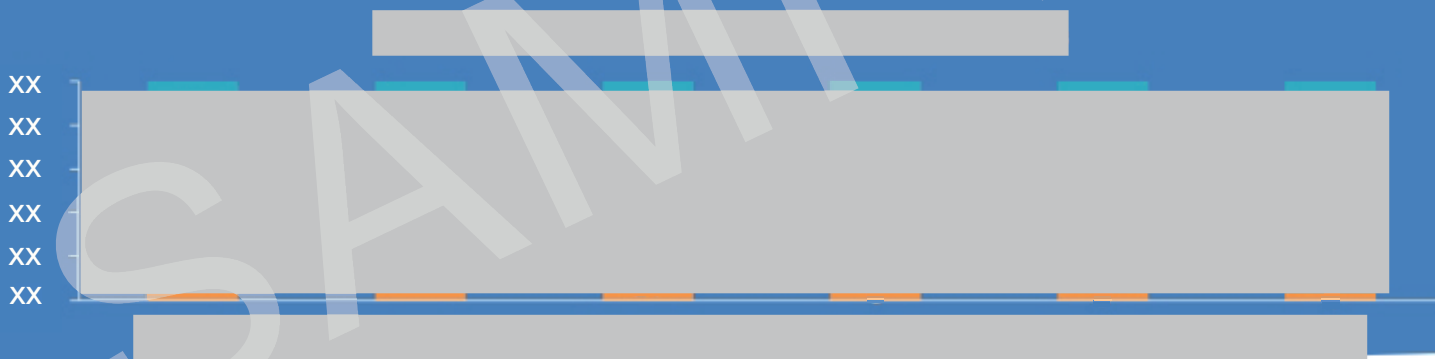


◀ بررسی حضور افقی و عمودی برندهای کره گیاهی در فروشگاهها (۱)

بررسی حضور و یا عدم حضور برندها در فضاهای فروشگاههای که فقط با مشاهده رصد می شود به "حضور افقی" تعریف شده و اگر با اظهار از فروشندگان همراه شود، "حضور عمودی" نامیده شده که دارای چهار شاخص: حضور در انبار، سفارش شده و در راه، عدم مراجعه ویزیتور و عدم تقاضا است. نمودار زیر حضور افقی و عمودی برندهای کره گیاهی را نشان می دهد که در اسلاید بعدی به توضیح آن پرداخته ایم.

نمودار حضور افقی و عمودی برندهای کره گیاهی N=304



◀ بررسی سهم قفسه برندهای کره گیاهی (۱)

سهم قفسه (shelf share) یک شاخص کمی هست که با شمارش تعداد کالا در قفسه ها حاصل می شود. این شاخص مکمل سهم بازار (حجم و ارزش) بوده و نشانگر توزیع مویرگی و دسترسی آسان مصرف کنندگان به محصول بوده و برای ارزیابی کل سیستم توزیع کارآمدی دارد. نمودار زیر سهم قفسه برندهای کره گیاهی را نشان می دهد.



◀ بررسی فروش گروه کالایی کره گیاهی بر حسب انواع ویژگی ها (۲)

نمودارهای زیر دیدگاهها و نظرات فروشندگان را در زمینه رتبه فروش کره گیاهی بر حسب ویژگیهای مختلف (وزن،

نمودار فروش کره گیاهی بر حسب کاربرد

بسته بندی و کاربرد) نشان می دهد.

نمودار فروش کره گیاهی بر حسب بسته بندی

نمودار فروش کره گیاهی بر حسب اوزان



◀ بررسی سهم بازار برندهای کره گیاهی (۱)

بررسی و شناخت سهم بازار برندهای مختلف در بازار بر اساس تعداد فروش (VOLUME SHARE) از شاخص های اصلی برآورد رقابت بازار محسوب می شود. البته این سنجش بایستی سالی حداقل دو بار و به صورت طولی ادامه داشته باشد تا بتوان به روند آن دست یافت. نمودار زیر سهم بازار برندهای مختلف کره گیاهی را نشان می دهد.

نمودار سهم بازار برندهای کره گیاهی در سال ۱۴۰۰ N=4166

