品類管理

CATEGORY MANAGEMENT

定義

品類管理是透過了解消費者在特定零售店和其他商店的消費行為，來協助您在某一零售商店內成長您品類的解決方案。

品類管理幫助您：

知道
消費者在特定零售商店內及其他店的購買行為，以理解品類能夠如何成長。

分析
剖析零售商的表現，找出主要優勢和劣勢，以協助其改善業績。

量化
讓零售商和製造商之間能以紮實的論點量化商機。

客戶的問題

- 這間零售商已達到最佳表現了嗎？
- 這間零售商應該優先投資哪些品類？
- 我能夠量化這個品類的機會嗎？
- 我的買者還會在那些地方購買此品類？
- 以來客的潛在消費力檢視哪些產品應該優先投資？

益處

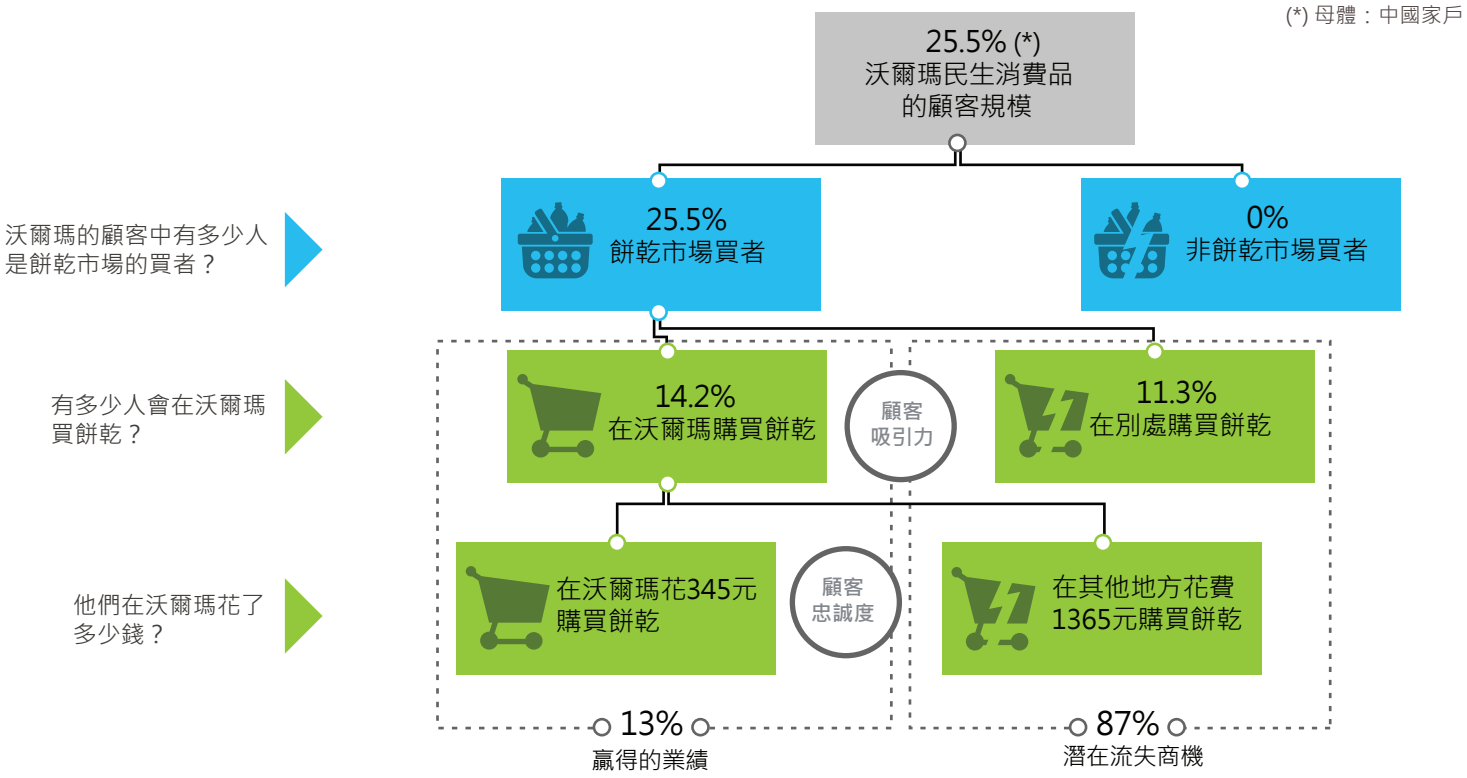
界定
重點投資的品類/市場

找出
成長的重要論點

確認
哪些品牌、哪些產品應該在哪個零售商店加強銷售

個案研究 - 沃爾瑪餅乾買者分析圖

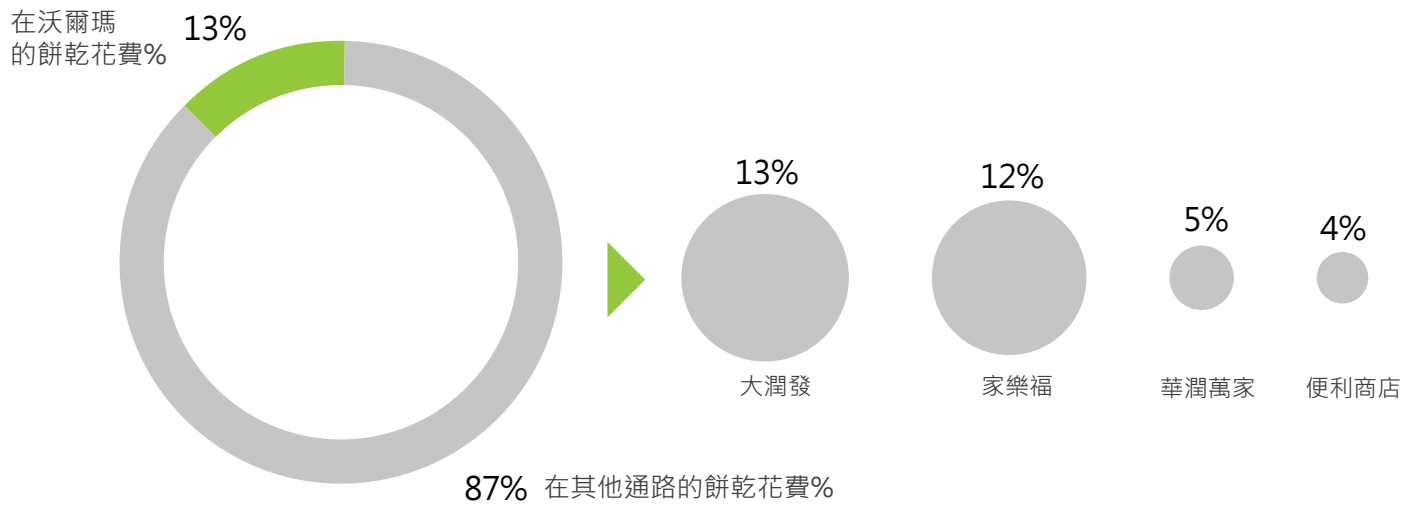
(*) 母體：中國家戶



了解成長潛力

沃爾瑪的餅乾買者

流失機會 (% 金額)



撥開品類成長的迷霧

品類管理為凱度 "消費者與零售商" 的解決方案之一。
欲了解更多品類管理細節,或其他洞察分析，
請聯繫您的凱度消費者指數夥伴。