



# Markedssimulation

Kontakt [Camilla.vinther@gfk.com](mailto:Camilla.vinther@gfk.com) +45 2146 2460

- Markedssimulatoren tager udgangspunkt i faktiske adfærdsdata, og kan dermed simulere de-listings mv. og konsekvenserne af disse, inden de faktisk sker.
- Dermed kan man med markedssimulatoren estimere vandringer og evt. tab for både brand, kategori og kæder.
- Investering fra DKK 30.000 ex moms
- Levering 3 uger fra ordrebekræftelse

Kontakt din lokale GfK konsulent eller [camilla.vinther@gfk.com](mailto:camilla.vinther@gfk.com) +45 2146 2460

---

# Eksempel case

---

## Konklusioner

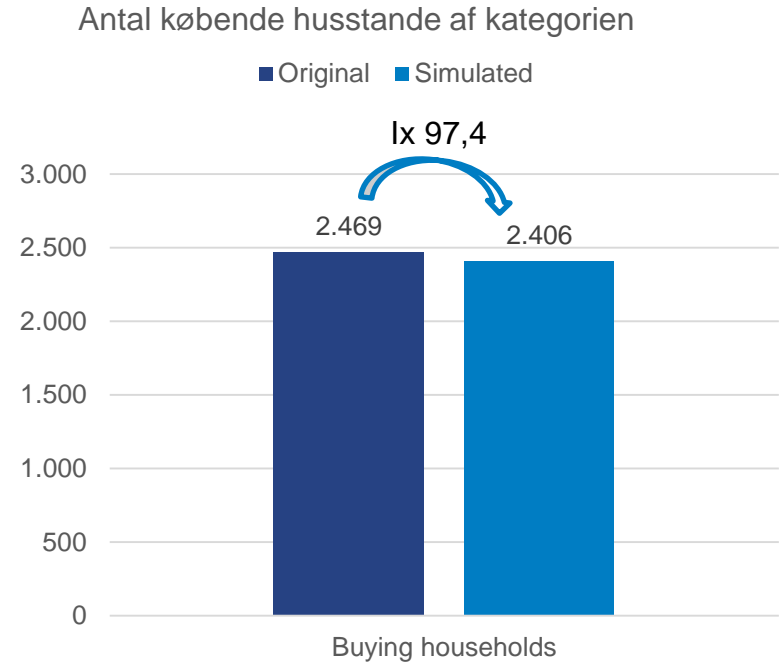
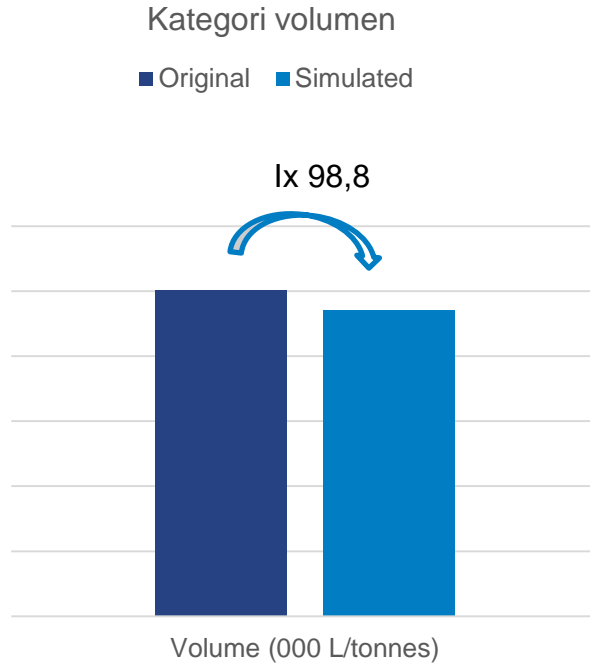
- Simulation viser at det totale kategoriforbrug vil falde hvis Brand A ekskluderes; 2,6% af kategorishopperne vil falde helt ud af kategorien. Det vil også sænke volumen i kategorien generelt
- Markedsandele vil i høj grad flytte sig til Brand B og i mindre grad til Brand C.

---

Hvad sker der hvis Brand A fjernes helt fra markedet?

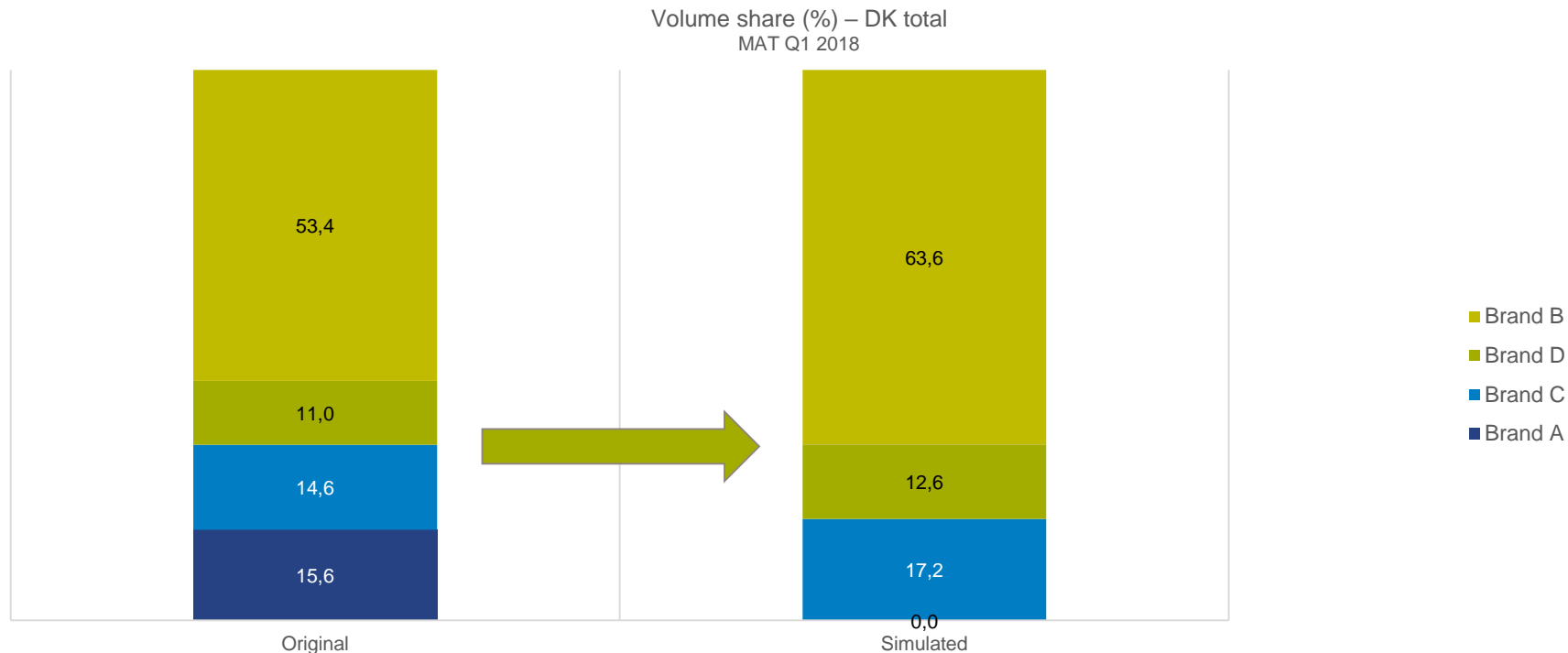
---

Hvis Brand A fjernes fra markedet, viser simulationen at 2,6% færre husstande vil købe kategorien generelt – og det betyder en nedgang i volumen for markedet generelt



Ved at ekskludere Brand A fra markedet, viser en simulation at især Brand B mens også dels Brand C vil øge markedsandelen indenfor kategorien.

## Market shares – DK total – Kateori – ekskludering af Brand A



---

# Forstå shoppernes behovsdækning og brandloyalitet

---



Brand A shopperne har en relativt stor behovsdækning med Brand B, desuden er Brand A shopperne relativt illoyale mod eget brand ift. de øvrige brands



MAT Q1 2018

	Brand A	Brand C	Brand D	Brand E	Brand B
Penetration	66,2	43,1	38,1	19,9	78,1
Loyalty	20,9	26,0	23,5	7,2	60,3
Other Items Loyalty in %	79,1	74,0	76,5	92,8	39,7
avg. Volume per BHH total (L/kg)	132,47	135,18	137,08	138,79	128,30
avg. Volume per BHH brand (L/kg)	27,72	35,21	32,27	9,98	77,35
Basis = Volume (L/kg)					
Other brands =100%					
Brand A		19,5	18,5	11,8	37,9
Brand C	14,3		28,5	28,0	28,3
Brand D	11,5	21,8		25,9	21,5
Brand E	1,7	4,1	4,1		4,1
Brand B	68,8	49,2	43,2	29,9	
Øvrige	3,7	5,5	5,6	4,4	8,1

Growth from Knowledge