

Αποτύπωμα Μάρκας 2015

Top 50

RANK		BRAND NAME	CRP	CRP % CHANGE	PENETRATION (%)			FREQUENCY		
2015	Vs 2014				2014	2015	CHANGE	2014	2015	CHANGE
1	0	Noynoy	18	-1	88,3	90,1	2,0%	10,6	10,3	-2,8%
2	0	Coca-Cola	16	-7	88,4	87,0	-1,6%	10,3	9,7	-5,8%
3	0	Olympos	15	5	73,7	74,5	1,1%	9,9	10,3	4,0%
4	0	Delta	13	-7	74,1	72,6	-2,0%	9,6	9,1	-5,2%
5	0	Nescafe	12	-4	82,9	83,6	0,8%	7,9	7,6	-3,8%
6	1	Papadopoulou	10	0	84,1	85,1	1,2%	5,9	5,9	0,0%
7	-1	Papagalos	10	-7	68,0	68,3	0,4%	7,8	7,2	-7,7%
8	0	Vitam	9	-4	78,6	77,3	-1,7%	6,3	6,1	-3,2%
9	0	Amita	9	2	71,8	73,9	2,9%	6,3	6,2	-1,6%
10	1	Giotis	8	10	78,8	79,7	1,1%	4,6	5,0	8,7%
11	2	Misko	7	12	74,7	76,8	2,8%	4,6	5,0	8,7%
12	12	Kris Kris	7	34	62,2	70,9	14,0%	4,5	5,3	17,8%
13	2	Hellmann's	7	11	64,6	69,9	8,2%	5,1	5,2	2,0%
14	-2	Pummaro	7	-1	66,8	68,0	1,8%	5,3	5,2	-1,9%
15	-1	Knorr	6	1	66,4	66,8	0,6%	5,0	5,0	0,0%
16	3	Karamolegos	6	3	66,1	69,4	5,0%	4,8	4,7	-2,1%
17	3	Melissa	6	3	76,5	75,5	-1,3%	4,1	4,3	4,9%
18	0	Kyknos	6	-1	64,6	62,4	-3,4%	5,0	5,1	2,0%
19	-3	Elite	6	-3	69,7	73,8	5,9%	4,7	4,3	-8,5%
20	-10	Mevgal	6	-17	53,5	55,7	4,1%	7,0	5,6	-20,0%
21	-4	Pavlidis	6	-4	68,5	67,0	-2,2%	4,8	4,7	-2,1%
22	-1	Allatini	6	3	75,4	73,4	-2,7%	3,9	4,1	5,1%
23	0	Fairy	6	5	66,0	69,5	5,3%	4,3	4,3	0,0%
24	-2	Klinex	6	4	70,3	74,6	6,1%	4,1	4,0	-2,4%
25	0	7Days	5	11	56,8	60,7	6,9%	4,5	4,7	4,4%
26	0	Ajax	5	-2	64,8	67,2	3,7%	3,9	3,7	-5,1%
27	0	Ivi	5	-8	61,1	59,1	-3,3%	4,2	4,0	-4,8%
28	12	Barba Stathis	4	19	53,2	58,7	10,3%	3,6	3,9	8,3%
29	0	Ion	4	-5	62,7	61,7	-1,6%	3,8	3,7	-2,6%

Αποτύπωμα Μάρκας 2015

Top 50

RANK		BRAND NAME	CRP	CRP % CHANGE	PENETRATION (%)			FREQUENCY		
2015	Vs 2014				2014	2015	CHANGE	2014	2015	CHANGE
30	8	Sokofreta	4	10	51,7	56,4	9,1%	3,8	3,8	0,0%
31	-3	Mmmilk	4	-12	35,3	32,9	-6,8%	6,8	6,5	-4,4%
32	5	Everyday	4	5	52,6	54,4	3,4%	3,8	3,9	2,6%
33	-1	Lux	4	0	53,2	51,1	-3,9%	3,9	4,1	5,1%
34	-3	Fast	4	-5	50,0	47,9	-4,2%	4,2	4,2	0,0%
35	-2	Lacta	4	-3	52,6	54,8	4,2%	3,9	3,7	-5,1%
36	-2	Kinder	4	-4	50,1	47,8	-4,6%	4,1	4,1	0,0%
37	4	Barilla	4	-2	49,9	50,4	1,0%	3,9	3,8	-2,6%
38	5	Zagori	4	5	43,3	46,4	7,2%	4,1	4,1	0,0%
39	-9	Merenda	4	-15	51,6	51,6	0,0%	4,3	3,6	-16,3%
40	-1	Lenor	4	-4	56,7	56,6	-0,2%	3,4	3,3	-2,9%
41	-5	Colgate	3	-11	67,3	62,0	-7,9%	3,0	2,9	-3,3%
42	2	Lipton	3	-1	55,1	51,7	-6,2%	3,2	3,4	6,2%
43	-8	Becel	3	-15	35,1	31,2	-11,1%	5,9	5,6	-5,1%
44	26	Kri Kri	3	52	33,1	41,9	26,6%	3,5	4,2	20,0%
45	21	Alfa	3	35	44,8	55,0	22,8%	2,8	3,0	7,1%
46	-4	Always	3	-11	50,6	46,4	-8,3%	3,7	3,6	-2,7%
47	0	Nestle Fitness	3	-1	40,5	42,7	5,4%	4,1	3,9	-4,9%
48	-3	Lay's	3	-8	50,0	47,2	-5,6%	3,5	3,4	-2,9%
49	-1	Jacob's	3	-3	42,8	41,6	-2,8%	3,9	3,9	0,0%
50	5	3Alfa	3	8	47,1	49,6	5,3%	3,0	3,0	0,0%