

Το Αποτύπωμα Μάρκας (Brand Footprint) είναι μία κατάταξη που αποκαλύπτει το πώς οι καταναλωτές σε όλο τον κόσμο αγοράζουν μάρκες Καταναλωτικών Προϊόντων, καθώς επίσης και τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται για τις μάρκες, προκειμένου να αυξήσουν το αποτύπωμα τους.



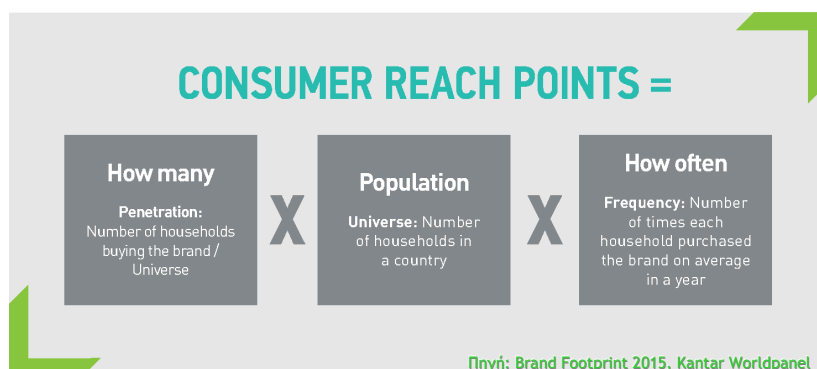
Μεθοδολογία Μέτρησης

Σε κάθε αγορά ενός επώνυμου προϊόντος, υπάρχει ένα σημείο απόφασης. Αυτό είναι το σημείο κατά το οποίο ο αγοραστής αποφασίζει να αγοράσει ένα εμπορικό σήμα αντί κάποιου άλλου.

Το Αποτύπωμα Μάρκας καταδεικνύει τις μάρκες που κερδίζουν τη στιγμή της αλήθειας, χρησιμοποιώντας μια μεθοδολογία μέτρησης η οποία μετρά πόσα νοικοκυριά σε όλο τον κόσμο αγοράζουν ένα εμπορικό σήμα και πόσο συχνά.

Αυτό αποτυπώνεται από την Kantar Worldpanel, ως μεθοδολογία μέτρησης Σημείων Καταναλωτικής Προσέγγισης (**Consumer Reach Points**) της κάθε μάρκας και υπολογίζεται χρησιμοποιώντας τρεις βασικές παραμέτρους: τη Διείσδυση, τον Πληθυσμό και τη Συχνότητα.

Η αποτίμηση του αριθμού των νοικοκυριών που αγοράζουν ένα εμπορικό σήμα (Διείσδυση x Πληθυσμό) και το πόσο συχνά (Συχνότητα), απεικονίζει τις πραγματικές επιλογές των καταναλωτών



Κάθε φορά που ένας καταναλωτής επιλέγει μια μάρκα στο σημείο αγοράς, η μάρκα κερδίζει ένα σημείο Προσέγγισης. Η μέτρηση σταθμίζεται στη συνέχεια με τον πραγματικό πληθυσμό για τον υπολογισμό της εμβέλειας της μάρκας.

Οι Μάρκες Προγραμματίζουν το Μέλλον

Η παρατεταμένη περίοδος οικονομικής ύφεσης και η διαρκής μείωση του διαθέσιμου καταναλωτικού εισοδήματος, έχουν αναμφίβολα επηρεάσει και τον τομέα των Ταχυκίνητων Καταναλωτικών Προϊόντων (FMCGs).

Τα μειωμένα περιθώρια κέρδους, οι αλλαγές των καταναλωτικών συμπεριφορών & προτιμήσεων και το πολλαπλών καναλιών διαμορφούμενο νέο περιβάλλον, καθιστά τον τομέα των FMCGs ιδιαίτερα ρευστό.

Η κατανόηση των τάσεων και της συμπεριφοράς των καταναλωτών, θα επιτρέψει στις μάρκες να προγραμματίσουν το μέλλον.



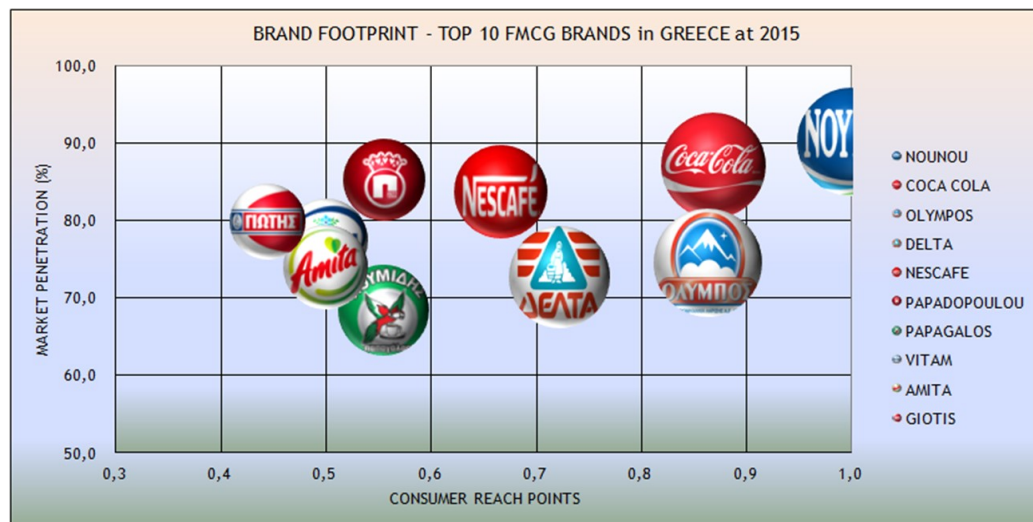
Αποτύπωμα Μάρκας Ταχυκίνητων Καταναλωτικών Προϊόντων 2015

No.1 FMCG Μάρκα ανά Χώρα το 2015

AMERICAS	EUROPE	ASIA	AFRICA & MIDDLE EAST
Argentina 	France 	Bangladesh 	Saudi Arabia 
Bolivia 	Germany 	China 	South Africa 
Brazil 	Greece 	India 	
CAM 	Ireland 	Indonesia 	
Chile 	Italy 	Philippines 	
Colombia 	Poland 	Malaysia 	
Ecuador 	Portugal 	South Korea 	
Mexico 	Spain 	Sri Lanka 	
Peru 	Turkey 	Taiwan 	
USA 	UK 	Thailand 	
Venezuela 		Vietnam 	

Πηγή: Brand Footprint 2015, Kantar Worldpanel

Οι 10 Κορυφαίες FMCG Μάρκες στην Ελλάδα το 2015



Πηγή: Brand Footprint 2016, Kantar Worldpanel

Αναλυτικά στοιχεία του Αποτυπώματος Μάρκας 2015 (Ανάπτυξη, Συχνότητα & Διείσδυση) για τις 50 μεγαλύτερες FMCG Μάρκες στην Ελλάδα, μπορείτε να δείτε [ΕΛΩ](#)

Για συγκριτικά 2015 Vs 2014 στοιχεία, πατήστε [ΕΛΩ](#)

Η **DASO BUSINESS PERFORMANCE** είναι μία πρωτοπόρος εταιρεία παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και μάνατζμεντ, η οποία εξειδικεύεται στη Διαχείριση Αλλαγής, την Καινοτομία, τη Στρατηγική Μάρκετινγκ και το Στρατηγικό Σχεδιασμό των επιχειρήσεων.

Η **DASO** διαθέτει μοναδική εμπειρία στη χάραξη Στρατηγικής με στόχο την ουσιαστική διαφοροποίηση των πελατών της.

Ως στρατηγικός συνεργάτης η **DASO** βοηθά τους πελάτες να διεκδικήσουν ισχυρή και κερδοφόρα θέση στην αγορά.

DASO BUSINESS PERFORMANCE™
Σύμβουλοι Στρατηγικής και Μάνατζμεντ
Καλαποθάκη 8, Θεσσαλονίκη 54624
t: 2310 414312, f: 2310 412769
e: info@daso.gr
www.daso.gr