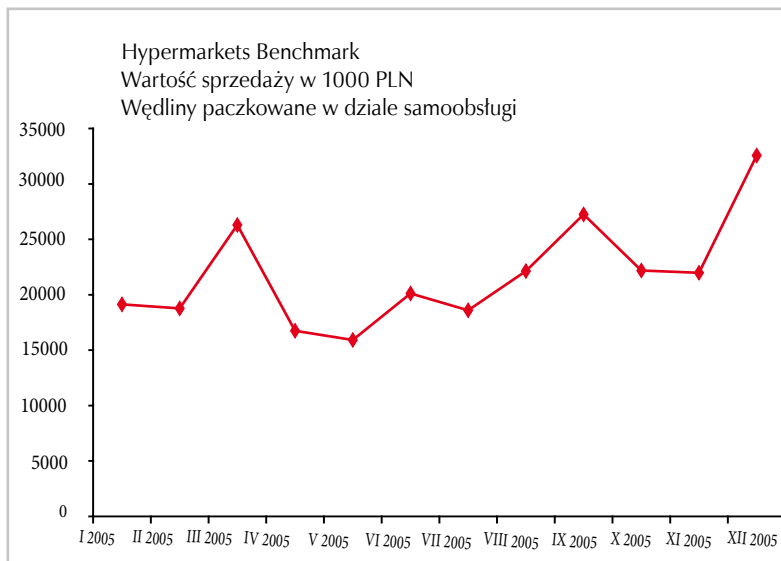


Sprzedaż wędlin w okresach przedświątecznych

Wiele kategorii cechuje sezonowość sprzedaży objawiająca się zwiększonym popytem będącym rezultatem działania pewnych czynników zewnętrznych, mających istotne znaczenie dla sprzedaży konkretnej kategorii. I tak samo jak w przypadku kategorii napoje bezalkoholowe sprzedaż jest silnie stymulowana przez wysoką temperaturę w okresie letnim, tak dla kategorii przetworów mięsnych stymulujące są wszelkie wydarzenia związane ze wspólnym świętowaniem.

Na przykładzie wędlin paczkowanych oraz sprzedaży rejestrowanej w sieciach hipermarketów widać, jak silnie na sprzedaż wpływają święta wielkanocne czy święta Bożego Narodzenia.

Obserwacja miesięcznej wartości sprzedaży wędlin paczkowanych o stałej i zmiennej masie pokazuje, iż w marcu 2005 wartość sprzedaży wzrosła aż o 40% w stosunku do lutego 2005, a w grudniu 2005 mieliśmy do czynienia aż z 48-proc. wzrostem w porównaniu do listopada 2005. Uzmysławia to, jak ważne



są te miesiące zarówno dla producentów, jak i dla sieci handlowych. Kluczowa jest zatem kwestia zapewnienia stałych dostaw, aby produkty były dostępne właśnie w tych miesiącach, w których popyt

jest niemal o połowę większy niż w miesiącu go poprzedzającym.

Szymon Mordasiewicz

CSS Account Manager

Szymon.Mordasiewicz@acnielsen.pl

METODOLOGIA

Dane zawarte w artykule pochodzą z przeprowadzanego przez firmę ACNielsen badania sprzedaży w panelu hipermarketów. Badaniem objęte są następujące sieci (alfabetycznie): Auchan, Carrefour, Geant, Hypernova, Leclerc, Real, Tesco.