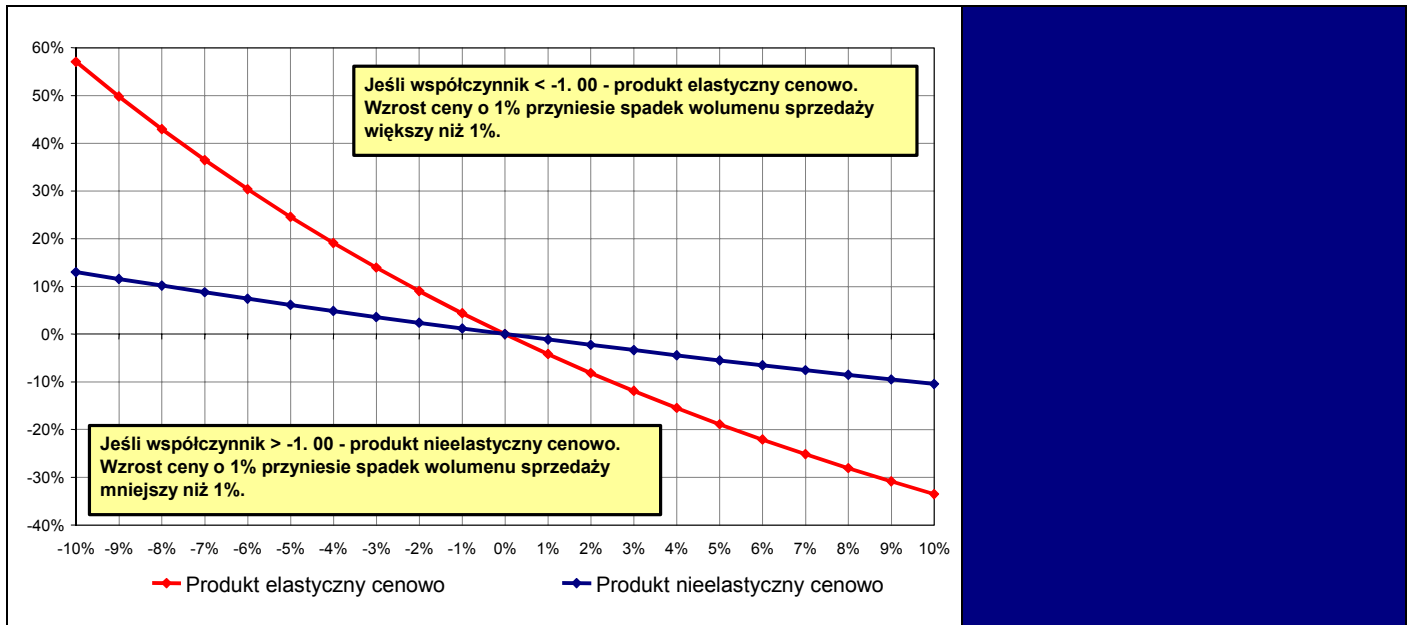


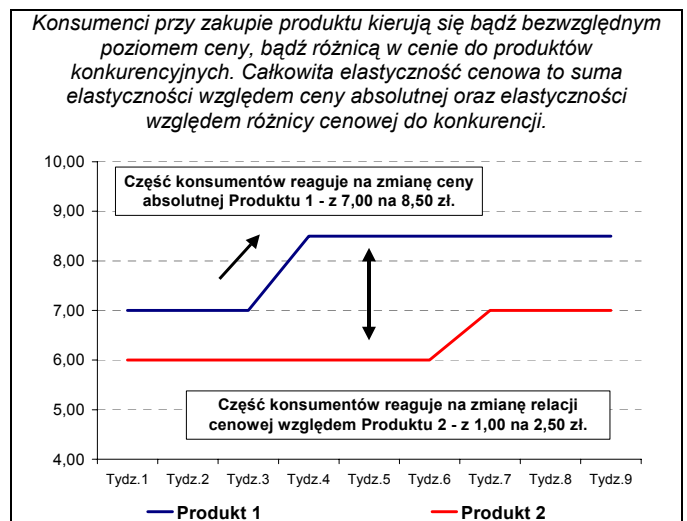
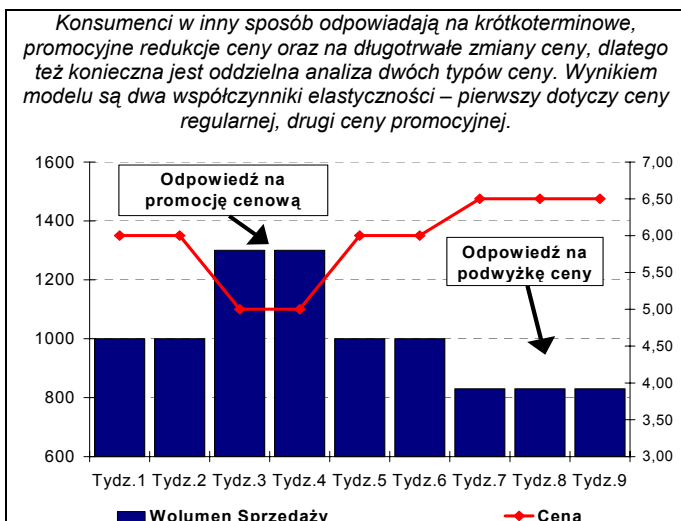


Analiza Elastyczności Cenowej

ACNielsen ma przyjemność zaoferować Państwu analizę elastyczności cenowej, opartą na modelu ekonometrycznym wykorzystywanym od wielu lat w innych regionach świata. Elastyczność cenowa jest to współczynnik określający, jak zmiana ceny produktu wpłynie na zmianę sprzedaży. Jego znajomość jest kluczowym elementem przy określaniu polityki cenowej każdej marki.



Metodologia: Model bierze pod uwagę wszystkie obserwacje na poziomie pojedynczych sklepów z panelu handlu detalicznego. W przypadku Hipermarketów i Supermarketów do analizy wykorzystywane są tygodniowe dane skaningowe (minimum 52 tygodnie), natomiast w przypadku Handlu Tradycyjnego dane miesięczne, lub dwumiesięczne (minimum 12 okresów). Wynikiem modelu są współczynniki elastyczności cenowej dla wszystkich analizowanych produktów.



W celu uzyskania szczegółowych informacji prosimy o kontakt:
 Aleksander Pawlak, e-mail: Aleksander.Pawlak@ACNielsen.pl
 tel: +48 22 583 74 44, fax: +48 22 583 73 09