

# Market Pulse

Oferta zakupu raportu



# Raport Market Pulse – nowa odsłona



Już od ponad 5 lat **raport Market Pulse** wspiera producentów i detalistów działających w branży FMCG w monitorowaniu zmian rynkowych i podejmowaniu bieżących decyzji biznesowych. Raport stanowi kompendium wiedzy na temat kondycji polskiego handlu oraz zmieniającej się sytuacji gospodarczej w kraju.

Co kwartał publikujemy najbardziej **aktualne dane na temat rynku FMCG** oraz zmian w zachowaniach zakupowych i nastrojach konsumentów. Oprócz danych makro-ekonomicznych raportujemy wskaźniki dotyczące rozwoju kanałów dystrybucji oraz głównych sieci detalicznych w sektorze FMCG.

W związku z rozwojem rynku detalicznego w Polsce, jak również nowymi potrzebami zgłaszanymi przez naszych Klientów, dotychczasowy raport wzbogaciliśmy o informacje na temat **kanału sprzedaży internetowej e-commerce** oraz **analizy asortymentu głównych sieci dystrybucji**, jak również ich **polityki cenowej w wybranych kategoriach FMCG**. Dodatkowe analizy pozwolą jeszcze lepiej zrozumieć procesy zachodzące na rynku, strategie wykorzystywane przez detalistów oraz preferencje i wybory polskich nabywców.

Wszystkie dane zebrane w jednym kompaktowym opracowaniu pozwolą na łatwą i szybką analizę bieżącej sytuacji w najważniejszych dla branży FMCG sektorach rynku oraz posłużą zarówno do planowania **długoterminowych strategii**, jak i do bieżącego **dostosowywania i interpretacji skuteczności działań sprzedażowych**.

# Zakres raportu

- 1 **Aktualna sytuacja makroekonomiczna Polski (na podstawie danych GUS)** – główne wskaźniki makroekonomiczne raportowane kwartalnie (PKB, stopa bezrobocia, poziom inflacji)
- 2 **Barometr Nastrojów Konsumentckich GfK (na podstawie danych własnych GfK Polonia)** – indeks syntetyczny, analiza trendu

## Na podstawie danych z Panelu Gospodarstw Domowych:

- 3 **Wskaźnik Wyborów Konsumentckich GfK opisujący skłonność do kupowania droższych/tańszych produktów - raportowanie kwartalne**
- 4 **Dynamika rynku FMCG (wartość) – zakupy dokonywane przez polskie gospodarstwa domowe – raportowanie roczne i kwartalne**
- 5 **Lokalizacja zakupów produktów FMCG dokonywanych przez polskie gospodarstwa domowe – raportowanie roczne i kwartalne.** Analiza na poziomie miejsca zamieszkania gospodarstw (wielkość miejscowości) oraz kanałów dystrybucji: udziały wartościowe. Dla wielkości miejscowości: średnia wartość zakupów na gospodarstwo, wartość pojedynczego zakupu, częstotliwość zakupu
- 6 **Rozwój kanałów sprzedaży detalicznej – raportowanie kwartalne.** Analiza sytuacji w kanałach dystrybucji (hipermarkety, supermarkety, dyskonty, drogerie, handel tradycyjny, e-commerce). Wskaźniki opisujące zachowania zakupowe polskich gospodarstw: dynamika zakupów, udziały wartościowe, liczba nabywców (penetracja), wartość pojedynczego zakupu, częstotliwość zakupu
- 7 **Rozwój najważniejszych sieci detalicznych w ramach głównych kanałów dystrybucji (hipermarkety, supermarkety, dyskonty) – raportowanie kwartalne.** Wskaźniki opisujące zachowania zakupowe polskich gospodarstw: dynamika zakupów, udziały wartościowe, liczba nabywców (penetracja), wartość pojedynczego zakupu, częstotliwość zakupu
- 8 **Pozycja marek własnych – raportowanie kwartalne.** Dynamika zakupów, udziały wartościowe na poziomie kraju ogółem oraz kanałów sprzedaży
- 9 **Polityka cenowa głównych sieci w wybranych kategoriach FMCG – raportowanie kwartalne.** Średnie ceny dla wybranych kategorii w kanałach dystrybucji i TOP 10 sieciach
- 10 **Udziały koszyków: świeżej żywności, pozostałych produktów spożywczych, kosmetyków i artykułów gospodarstwa domowego w głównych sieciach**
- 11 **Analiza asortymentu głównych sieci – raportowanie kwartalne.** Szerokość asortymentu – liczba SKU kupowana w danej sieci przez gospodarstwa domowe

# Nowości w raporcie Market Pulse

1. Główne wskaźniki dla e-commerce
2. Informacje o średnich cenach w kanałach i w top 10 sieciach dla wybranych kategorii produktowych – prezentowanych poniżej:

3. Udziały świeżej żywności, pozostałych produktów spożywczych, kosmetyków i artykułów gospodarstwa domowego w głównych sieciach
4. Analiza szerokości asortymentu na poziomie FMCG w top 10 sieciach

## Wybrane kategorie analizowane w raporcie



## TOP 10 sieci



Lista Top 10 sieci aktualizowana co kwartał

# Market Pulse – kompleksowe opracowanie na temat kondycji polskiego handlu oraz zmieniającej się sytuacji gospodarczej w kraju



## Raport zawiera odpowiedzi na następujące pytania



Jak wygląda bieżąca sytuacja makroekonomiczna Polski?



Jak zmienia się rynek FMCG w każdym kwartale pod względem udziałów rynkowych oraz szerokości asortymentu w poszczególnych kanałach dystrybucji i w sieciach?



Co wyróżnia największych graczy na rynku – udział świeżej żywności czy pozostałych produktów spożywczych, kosmetyków i artykułów gospodarstwa domowego?



Jak kształtują się średnie ceny wybranych kategorii produktowych w wybranych kanałach i głównych sieciach?



Czy marki własne zyskują na znaczeniu w zakupach polskich gospodarstw domowych?

# Cena i terminy dostaw raportu

## Cykl publikacji

Raport jest dostępny na zasadach subskrypcji rocznej, w ramach której publikowane są 4 edycje kwartalne.

Publikacje kolejnych edycji będą odbywały się w kolejnych miesiącach, następujących po zakończeniu każdego kwartału, tj. w kwietniu (po 1 kwartale), lipcu (po 2 kwartale), październiku (po 3 kwartale) oraz styczniu (po 4 kwartale wraz z podsumowaniem rocznym).

Raport Market Pulse będzie dostępny jako prezentacja PowerPoint z tekstowym podsumowaniem, w 2 wersjach językowych – polskiej i angielskiej.



**Raport kwartalny  
„Market Pulse”**

**4 fale kwartalne  
z podsumowaniem  
2019**



**Zapraszamy  
do współpracy**



## **Aleksandra Dowgird**

Project Manager  
Consumer Panel & Services  
T: +48 22 43 41 144  
M: +48 505 196 239  
[Aleksandra.Dowgird@gfk.com](mailto:Aleksandra.Dowgird@gfk.com)



## **Aleksandra Gebarowska**

Researcher  
Consumer Panel & Services  
T: +48 22 43 41 180  
M +48 505 196 250  
[Aleksandra.Gebarowska@gfk.com](mailto:Aleksandra.Gebarowska@gfk.com)