



IFR Group

IFR in Hungary's RT Magazine

Date
February 26, 2010

Contact
Roland Haidar
Tel. +36 1 401 0331
Fax +36 1 4010330
RHaidar@ifrmonitoring.com

RT Magazine Extra: IFR Hungary

Dear Colleague:

In the latest issue of RT Magazine, you'll find an article titled "Tények". In this article, RT discusses the critical role of IFR in the retail marketplace with Roland Haidar and Gábor Szűcs of IFR Central Europe.

Gábor Szűcs told RT that key retailers like Media Markt, Saturn, Euronics, Electroworld, Auchan, Cora and Tesco play a significant role in helping a manufacturer understand the distribution policy of retailers. In addition, Szűcs stressed the importance smaller independent shops, as they play a vital role in shaping competition.

According to Roland Haidar, Area Manager for IFR Central Europe, clients can see data in real-time allowing them to price-reposition quickly to increase sales in the technical segments of interest.

The original article in Hungarian language is attached to this release on Page 2. The article is currently featured in RT Magazine issue 8 March 2010, page 11.

For further questions or comments please contact Roland Haidar at RHaidar@ifrmonitoring.com

IFR Central Europe Kft.

Cziraki u. 26-32
H-1163, Budapest
Hungary

pr@ifrmonitoring.com
www.ifrmonitoring.com

Tények

LAPUNK HASÁBJAIN RENDSZERESEN OLVASHATNAK PIACI ELEMZÉSEKET IS, AMELYEK ALAPJÁUL KÜLÖNBÖZŐ PIACKUTATÁSI ADATOK SZOLGÁLNAK. AZ EMLÍTETT CIKKEINK ELKÉSZÍTÉSÉBEN TÖBBEK KÖZÖTT AZ IFR HAZAI IRODÁJA ÁLTAL BIZTOSÍTOTT ADATOK IS NAGY SEGÍTSÉGET JELENTENEK SZÁMUNKRA. A KÖVETKEZŐKBEN EGY KIS BETEKINTÉST NYÚJTUNK EZEN INFORMÁCIÓK EREDETÉBE.

Az IFR adatait többnyire multinacionális cégek leányvállalatai alkalmazzák stratégiai marketing tervek, termékfejlesztési tervek, eladási és disztribúciós politikájuk megtervezéséhez. A cég metodológiája alapján rögzített adatok segítségével a fogyasztók által érzékelt kínálatról kapunk képet, így az egyik legfontosabb aspektusból ismerhetők meg a piacon zajló folyamatok. Az IFR egyik alapszolgáltatása az úgynevezett polcanalízis, amely az egyes forgalmazók



Szűcs Gábor

disztribúciós politikájáról, bolti kínálatáról, a termékek kibocsátásáról, az árak alakulásáról, a márkák display share-jéről és a kínálat optimalizálásához szükséges tényezőkről szolgáltat információt. „A havi rendszerességgel frissülő adatok forrása az ún. zászlóshajó üzletek kínálata. Magyarországon a Media Markt, Saturn, Euronics, Electroworld, Auchan, Tesco vagy Cora áruházak, de természetesen elengedhetetlenek a kisebb független boltok, amik szintén a vizsgálat tárgyát képezik. A panel kialakítását szigorú szabályok határozzák meg, amikben szerepet játszik egy adott település lélekszáma, területi elhelyezkedése és a jelenlévő forgalmazók száma. Mind a forgalmazókkal, mind pedig a gyártó cégekkel időnként átértékeljük az esetleges változtatások lehetőségét, amikre gyakran szükség van a gyorsan változó gazdasági környezetben.” – magyarázza Szűcs Gábor a cég country managere. Az

IFR a bolti kínálat mellett a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámtevékenységet is vizsgálja. A napi rendszerességgel végzett ún. promóciós vizsgálat során feldolgozza a háztartási röplapokból, újságokból, magazinokból, katalógusokból és szórólapokból származó információkat. A kiválasztott panel mind országosan, mind regionálisan vizsgálja a fontosabb láncokat és a helyileg meghatározó forgalmazókat. A folyamat első fázisában megtörténik a források begyűjtése, kiválogatása, dekódolása, különös tekintettel az esetleges torzító tényezőkre, mint csereakciók

vagy szerelési költségek. Az adatbevitelt és minőségellenőrzést követően két nappal pedig már elérhetővé válnak a frissítés eredményei. A cég a fontosabb online boltok és webshop-ok kínálatának alakulását is követi webes szolgáltatása segítségével. Egy ún. webcrawler gyűjti az adott termékcsoport szempontjából releváns oldalokról az adatokat, amelyeket a már említett minőségellenőrzési procedúrák után egy online felület segítségével hívhatnak le az ügyfelek. Minden weboldal lementésre kerül html formában is, ami tovább növeli az adatok megbízhatóságát.



Haidar Roland

IFR - Intelligence From Research

Alapítás éve:

1974 / 2009 óta a GfK csoport tagja

Piaci jelenlét:

40 ország globálisan

Havonta rögzített termékek száma:

26 millió

Alkalmazottak száma:

2500

Vizsgált üzletek száma:

5500

Ügyfelek száma:

300+200 felhasználó

„Az IFR adatok igen összetett módon képesek támogatni a vállalati stratégiát és az árpolitikát, ellenőrizni a termékek megjelenését, és segíteni az árak meghatározásában még az országban történő megjelenésük előtt. Azonnali reagálást tesz lehetővé a versenytársak ár-újrapozicionálása esetén, ezáltal növelve az adott szegmensben az értékesítés hatékonyságát.” – foglalja össze Haidar Roland Area Manager a cég szolgáltatásainak előnyeit.

„Az IFR szolgáltatásai tehát nemcsak egyszerű ármonitoringot jelentenek, hanem képet adnak azon technikai szegmensek polci jelenlétének változásairól, amelyek leginkább meghatározzák egy adott üzletlánc kínálatát,

ezen keresztül pedig a fogyasztói preferenciák elmozdulásáról is releváns információkat nyújt, ezért adataik hathatós segítséget nyújtanak lapunknak az egyes termékkörök piacának elemzése során.