

Tjek



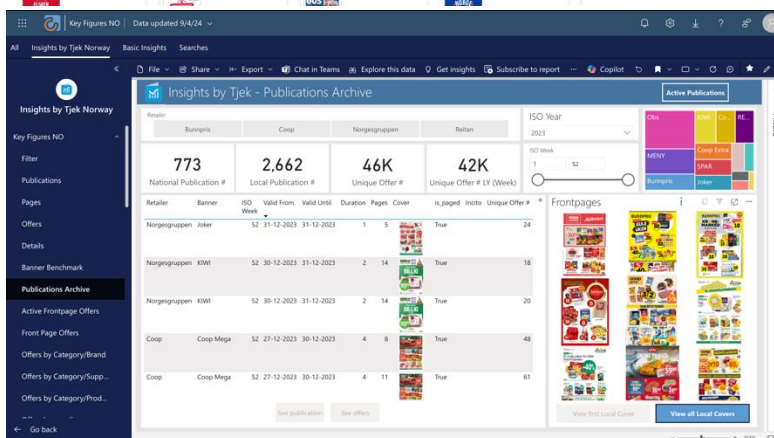
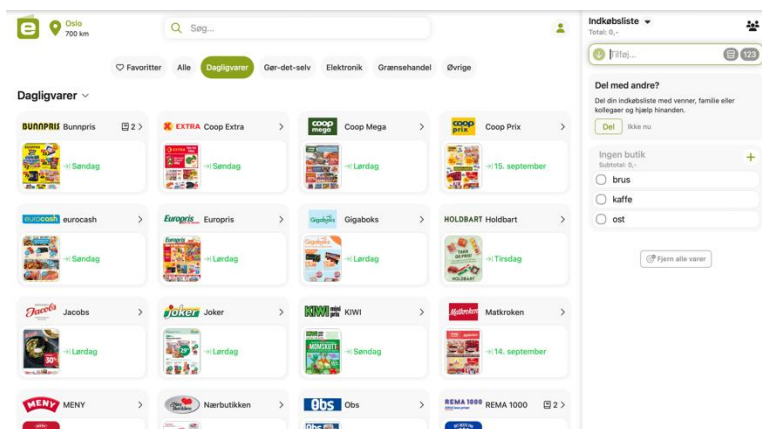
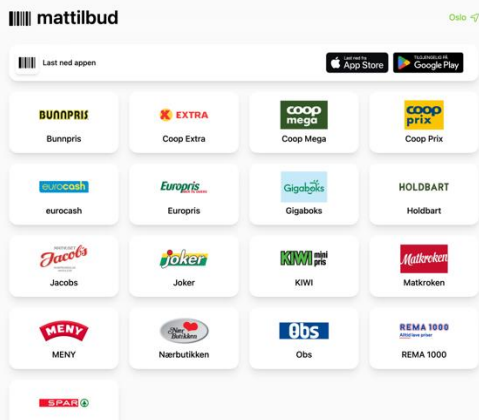
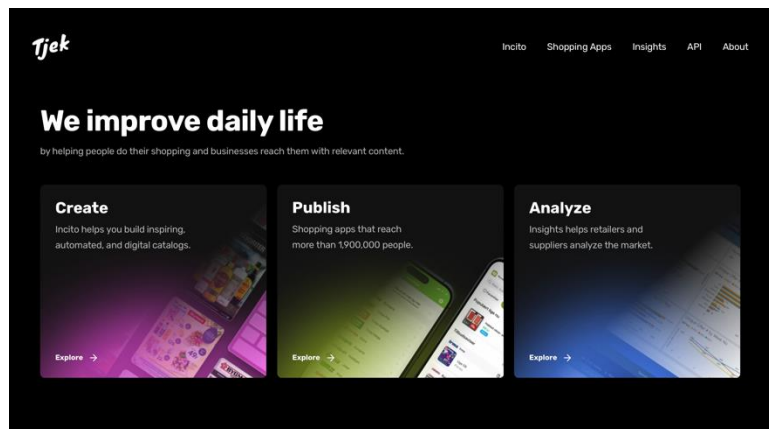
10 Takeaways

- Vi har fundet 10 "takeaways" fra vores præsentation på seminaret i Oslo den 4. september, afholdt sammen med Kantar og Kauza.
- Præsentationen blev afholdt "live" fra vores PowerBI løsning – Insights by Tjek – dette er derfor "Screendumps".
- Insights by Tjek er baseret på data fra 2 af Norges mest populære apps – Mattilbud og eTilbudsavis.
- De 2 apps har mere en 800.000 unikke brugere hver måned i Norge.
- Sammen med den Danske og Svenske udgave dækker Tjek næsten 2 millioner brugere hver måned.
- Ud over data om indhold leverer vi også data baseret på de mange tusinde søgninger der laves i vores apps hver dag.
- Insights by Tjek findes både i Norge, Sverige og Danmark.



1 – Økosystemet

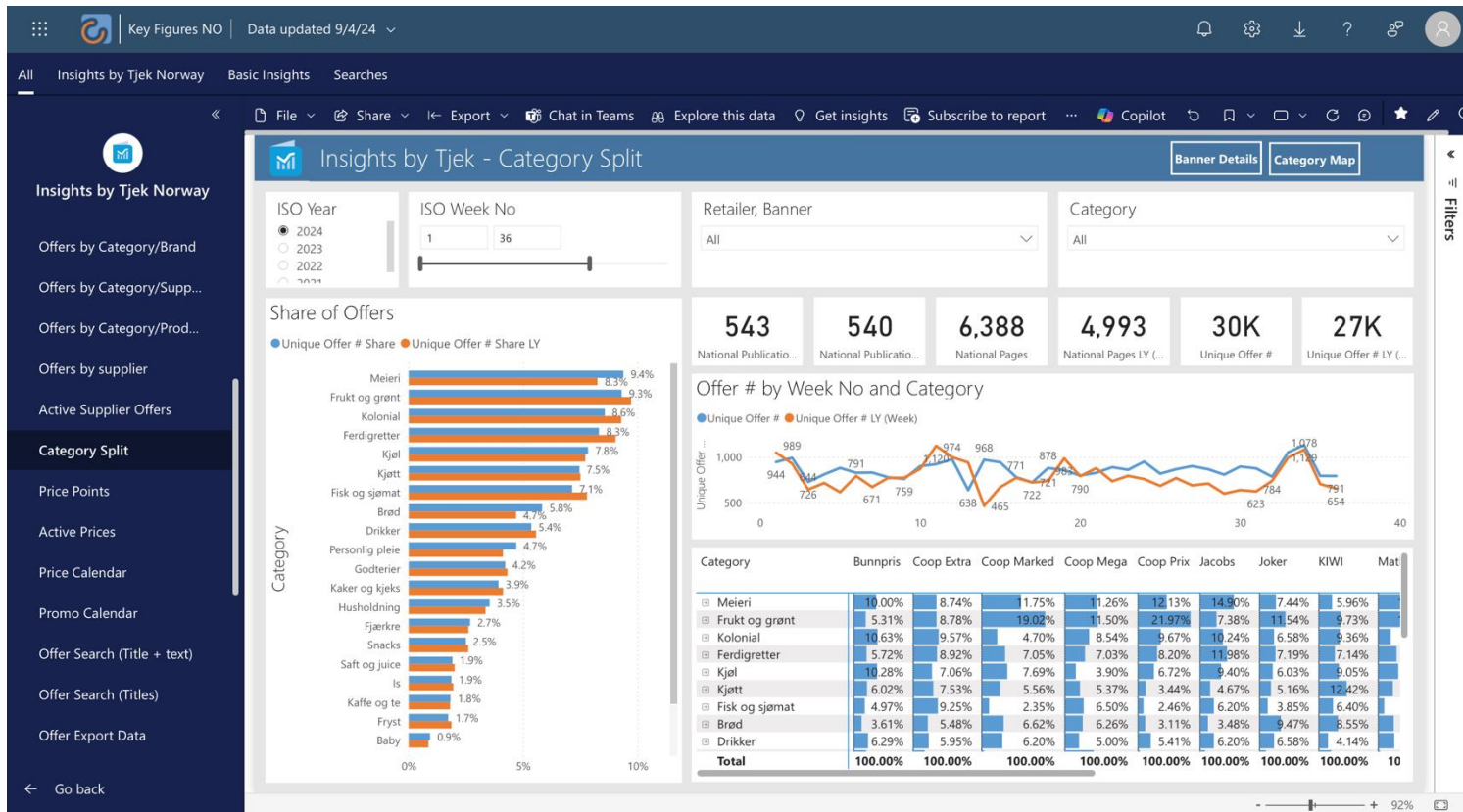
Via vores apps Mattilbud og eTilbudsavis leverer Tjek hver dag mere end 400.000 tilbudsaviser (Publish) digitalt. Data om indhold, priser, søgeadfærd osv. overføres dagligt til Insights by Tjek (Analyze), der leverer via PowerBI.



2 – Category Split

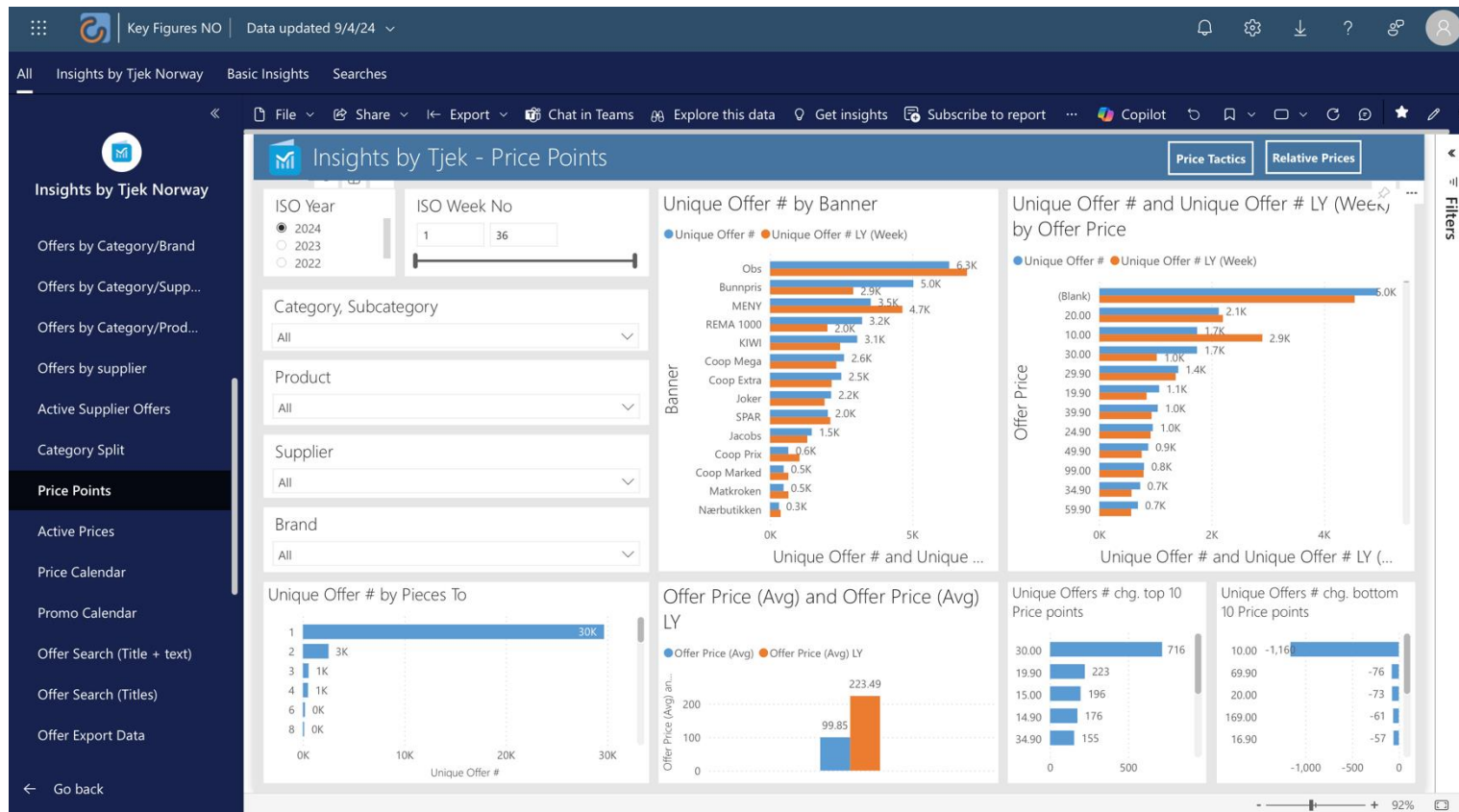
Hvilke kategorier aktiveres mest i tilbudsaviserne – og er det sket ændringer?

Hvordan fordeler den enkelte kæde sine aktiviteter mellem kategorierne?



3 – Price Points

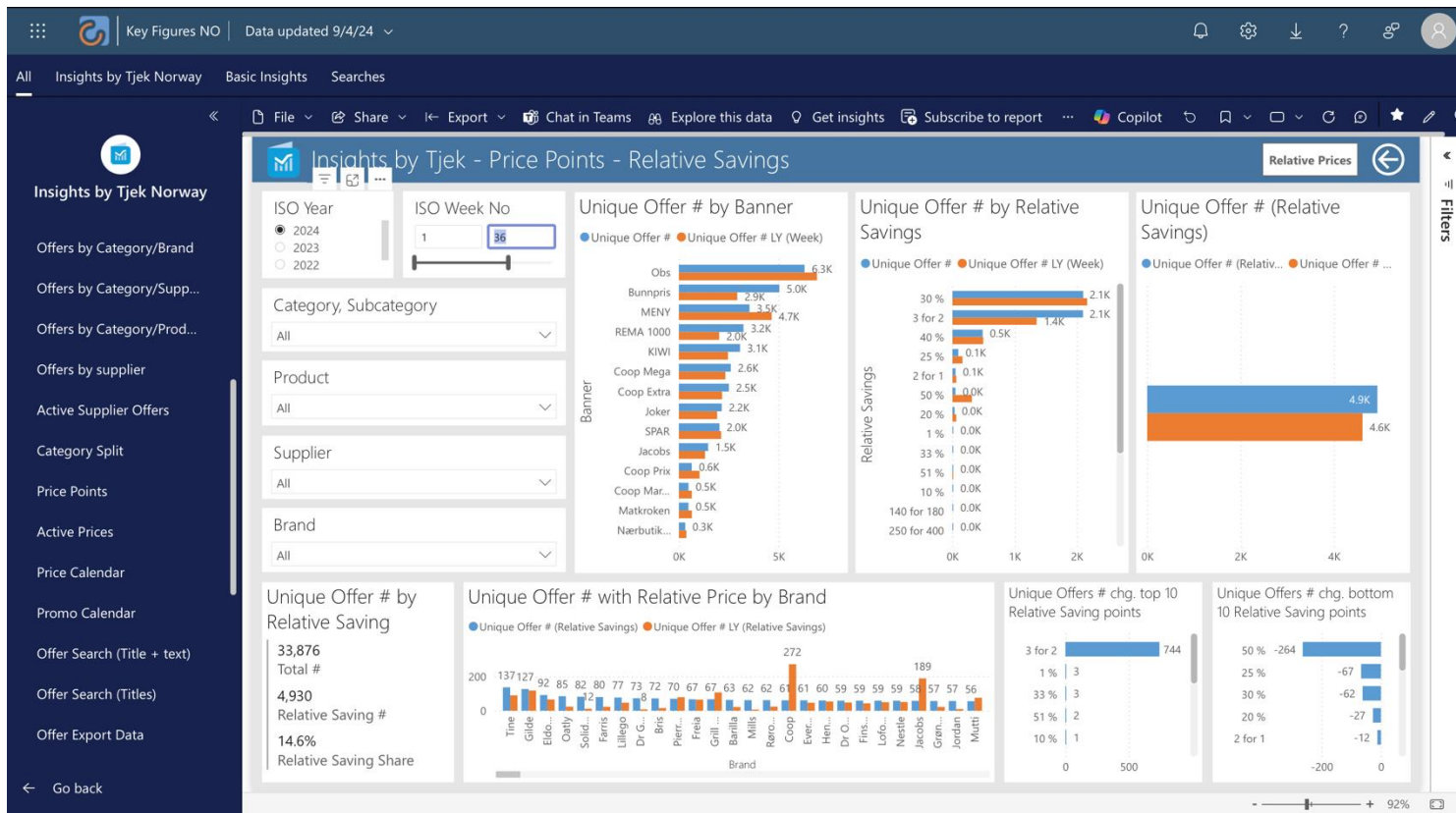
Hvilke prispunkter anvendes mest i tilbudsaviserne
Mulighed for detaljer på kæde og/eller kategoriniveau



4 – Price Points – Relative Savings (Blanc in pricepoints)

Hvor mange kampagner aktiveres uden prispunkt?

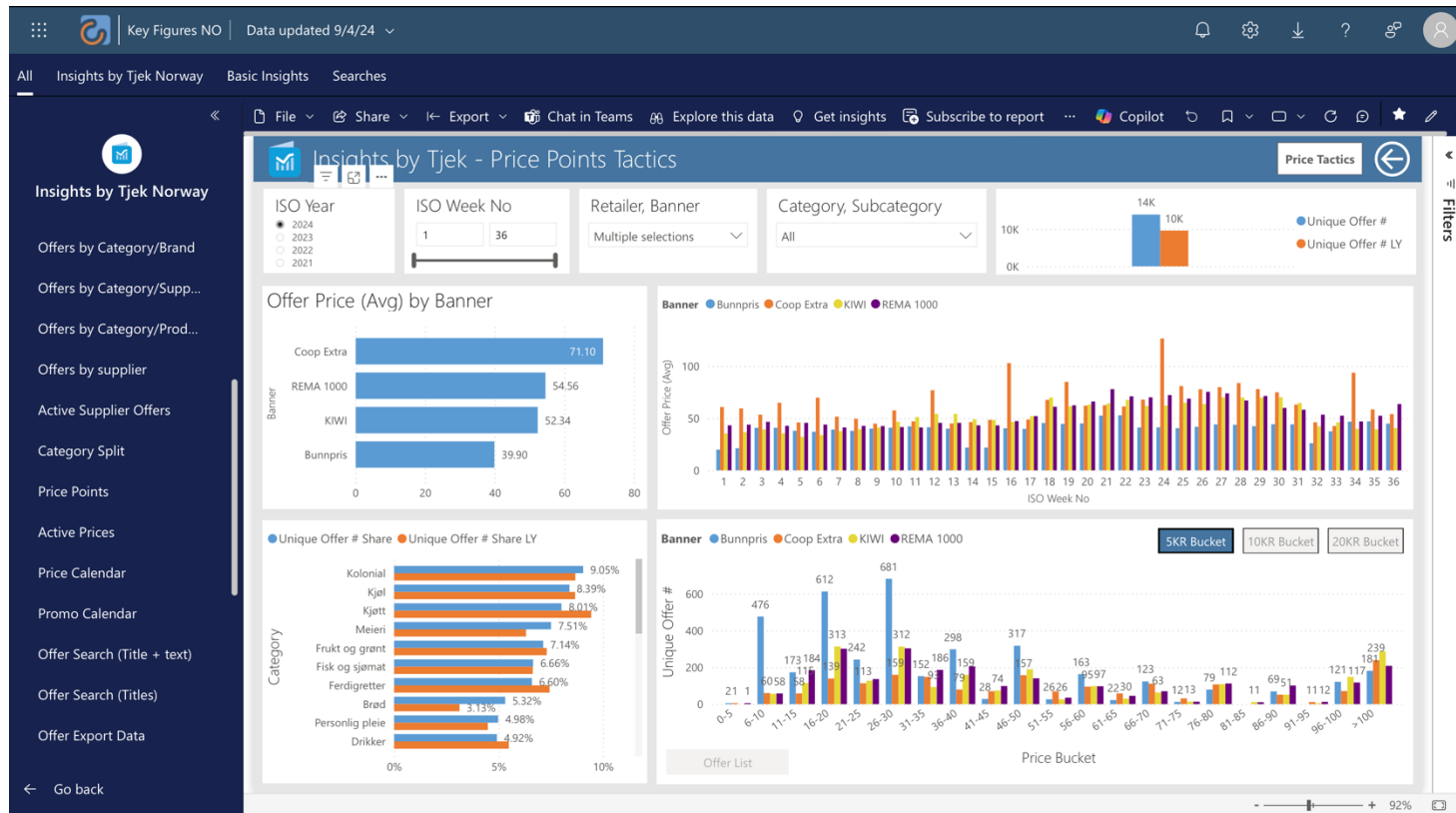
Hvilke former for relative priser anvendes oftest – og hvor?



5 – Price Tactics

Price perception? – Hvordan er kædens prisprofil?

Gennemsnitspriser på tværs af aviser, opdeling i clusters eller analyse på kategori niveau.



6 – Most active Suppliers

Totaler for markedet – på tværs af kategorier

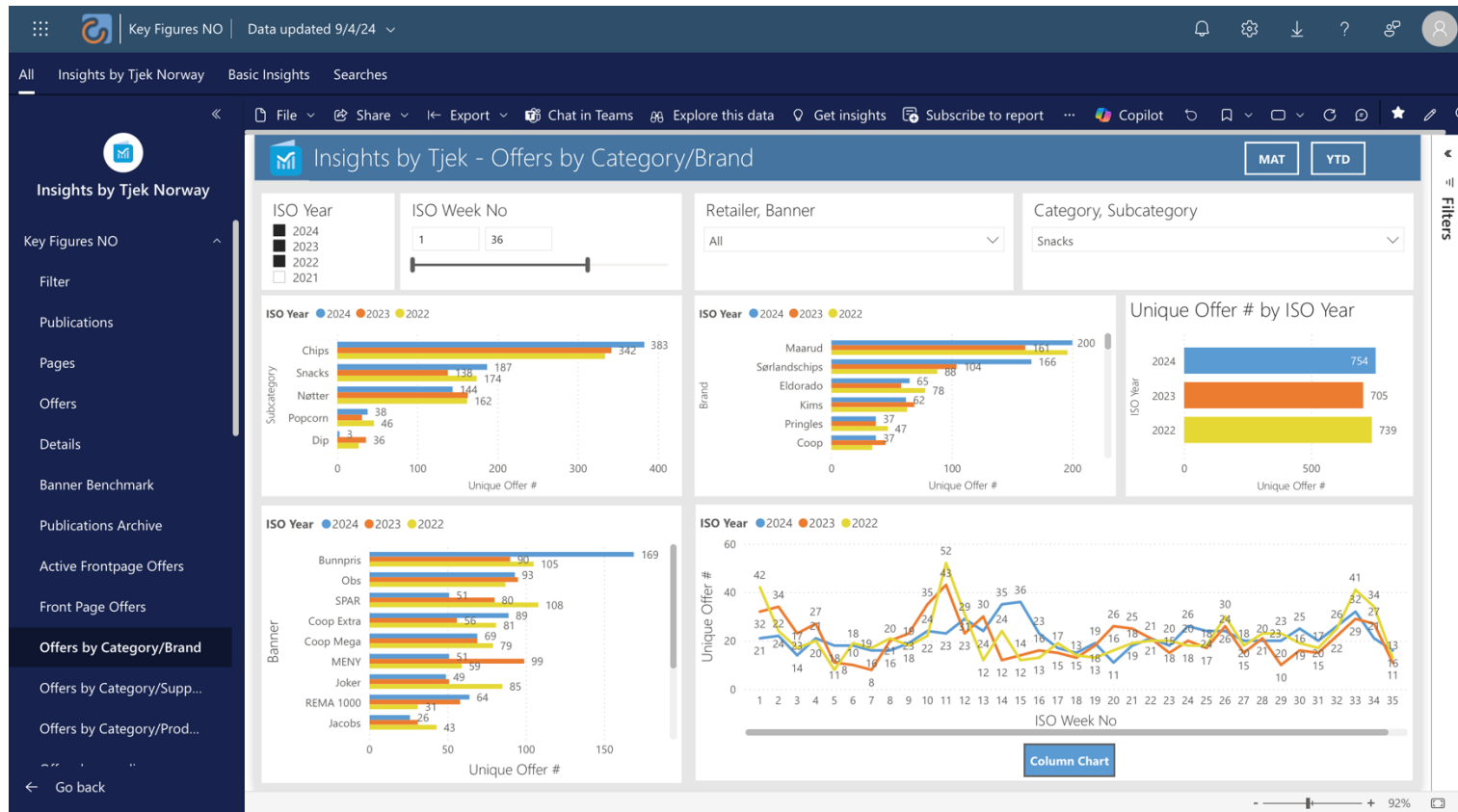
Hvilke leverandører og mærker fylder mest i tilbudsaviserne



7 – Offers by Category/Brand

Hvordan udvikler det totale kampagnetryk i kategorien sig (eksempel Snacks)

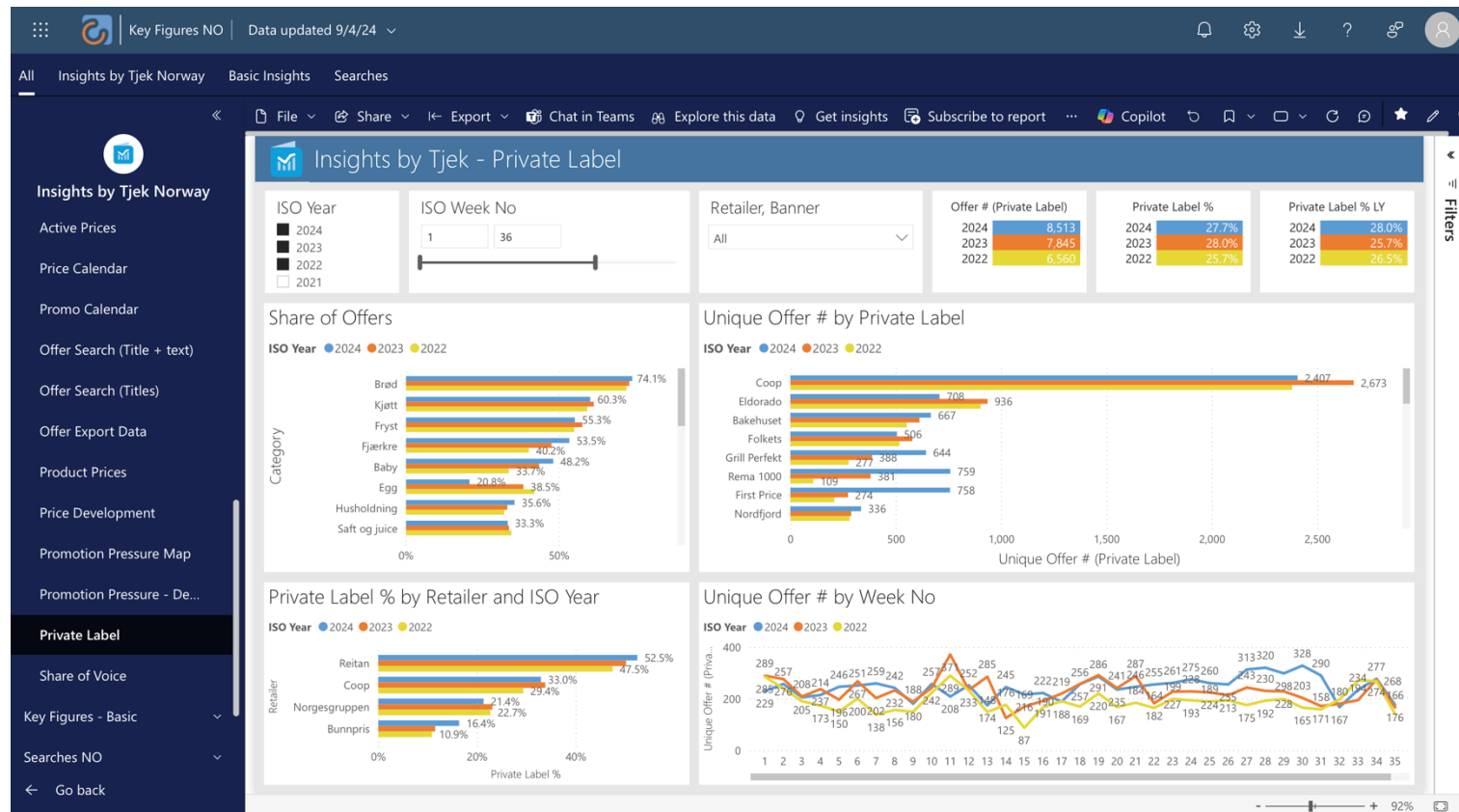
Fordeling på subkategorier, mærker og kæder



8 – Private Label

Hvor meget udgør PL af markedsføringen via tilbudsaviser?

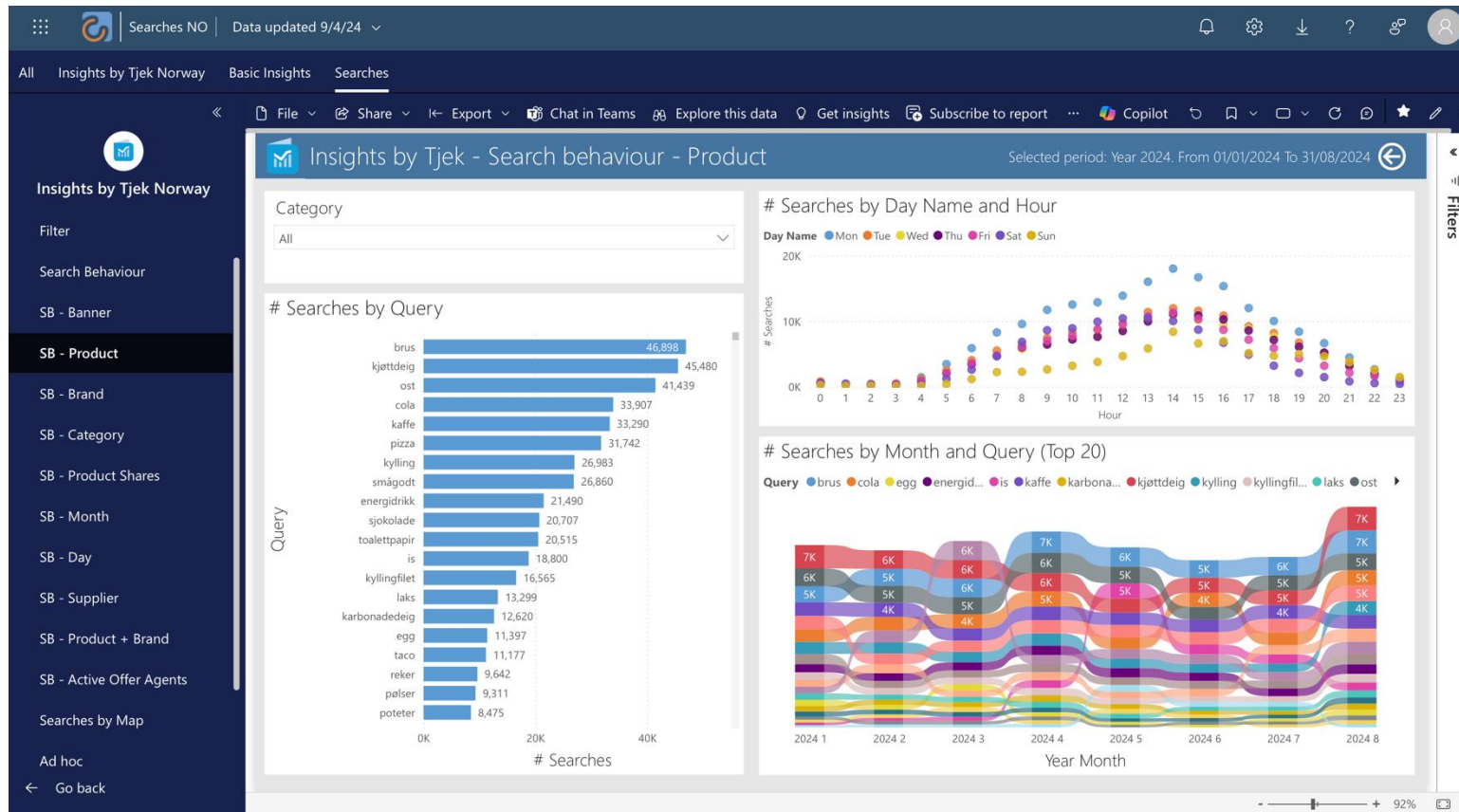
Hvilke kategorier og kæder har den højeste andel?



9 – Search Behaviour - Product

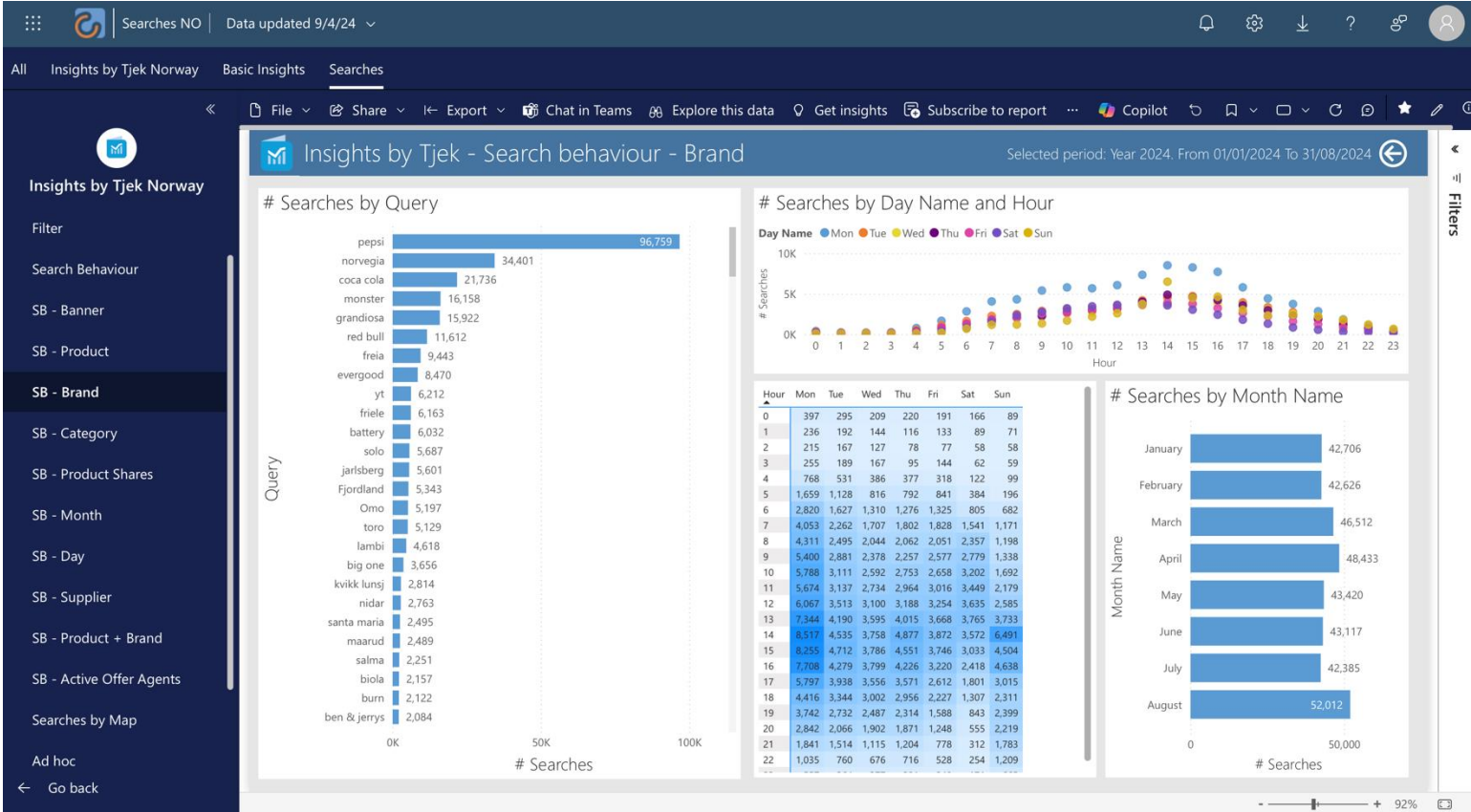
Når brugerne af eTilbudssavis søger efter tilbud – hvilke produkter søges så oftest?

Hvordan er fordelingen på dage, tidspunkter og måneder?



10 – Search Behaviour - Brand

Når brugerne af eTilbudssavis søger efter tilbud – hvilke mærker søges så oftest?
Hvordan er fordelingen på dage, tidspunkter og måneder?



Fuld dataadgang

Som kunde har man adgang til alle data der opsamles med udgangspunkt i publiceringer på Mattilbud/eTilbudsavis

Digital adfærd

Baseret på søgninger i eTilbudsavis leveres data om hvilke produkter og mærker der er mest søgt og hvornår

Bredt rapport setup

Baseret på mange års erfaring er der inkluderet en færdig analysepakke med fokus på en række kendte problematikker

Levering via PowerBI

Data tilgås via PowerBI – så mulighed for skifte mellem kategorier og kæder direkte i analyserne

Stærk partner

Kombinationen mellem et førende BI hus (Catman Solution) og Norges største tilbudsapps (Mattilbud/ eTilbudsavis) giver et stærk partnerskab

Fleksibel Eksport

Vil du eksportere data til excel, en grafik til Power Point eller et annonce billede er det nemt og effektivt



Contact

Claus Nykjær

| **Email:**

cn@tjek.com

| **Phone:**

(+45) 26 750 740

| **Address:**

Wildersgade 41

1408 København K