



Summering av insikter  
Clear Event Maj 2019  
Kampanjeffektivitet och lönsamhet i  
dagligvaruhandeln



ClearOn

## Varför detta test?



- Tidigare tester har visat goda effekter med kuponger och vi har visat att till skillnad från en rak rabatt att kuponger innebär att vi rabatterar merförsäljningen istället för all försäljning
- DR och andra kampanjer med rak rabatt torde rimligtvis skapa större volymer än kuponger kortsiktigt men frågan är vilket marknadsinstrument som egentligen ger bäst ROI?



# Butikstest med Latin-Square Design



- Testet genomfördes på fyra ICA Supermarket i åtta veckor
- Fyra leverantörer deltog i testet med produkter som representerade olika kategorier
- Marknadsaktiviteter:

*Procentuellt rabattvärde: Hög kupong i linje med DR, ordinarie kupong i linje med lokal kampanj*

- Lokal kampanj
  - Säljare från leverantör säljer in en kampanj med en rak rabatt direkt till varje enskild butik
- DR - Reklamblad
  - Förhandlas centralt och verkställs av butiken, rak rabatt. I detta test ingår artiklar placerade mitt i bladet
- Kupongkampanj
  - Kupong med ordinarie kupongvärde
  - Kupong med ett högre kupongvärde

	Vecka 1	Vecka 2	Vecka 3	Vecka 4	Vecka 5	Vecka 6	Vecka 7	Vecka 8
ICA SM 1	Kontroll	DR	Hög Kupong	Hög Kupong	Kontroll	Ordinarie Kupong	Ordinarie Kupong	Lokal Kampanj
ICA SM 2	Hög Kupong	DR	Hög Kupong	Kontroll	Ordinarie Kupong	Ordinarie Kupong	Lokal Kampanj	Kontroll
ICA SM 3	Kontroll	DR	Ordinarie Kupong	Ordinarie Kupong	Lokal Kampanj	Kontroll	Hög Kupong	Hög Kupong
ICA SM 4	Ordinarie Kupong	DR	Ordinarie Kupong	Lokal Kampanj	Kontroll	Hög Kupong	Hög Kupong	Kontroll

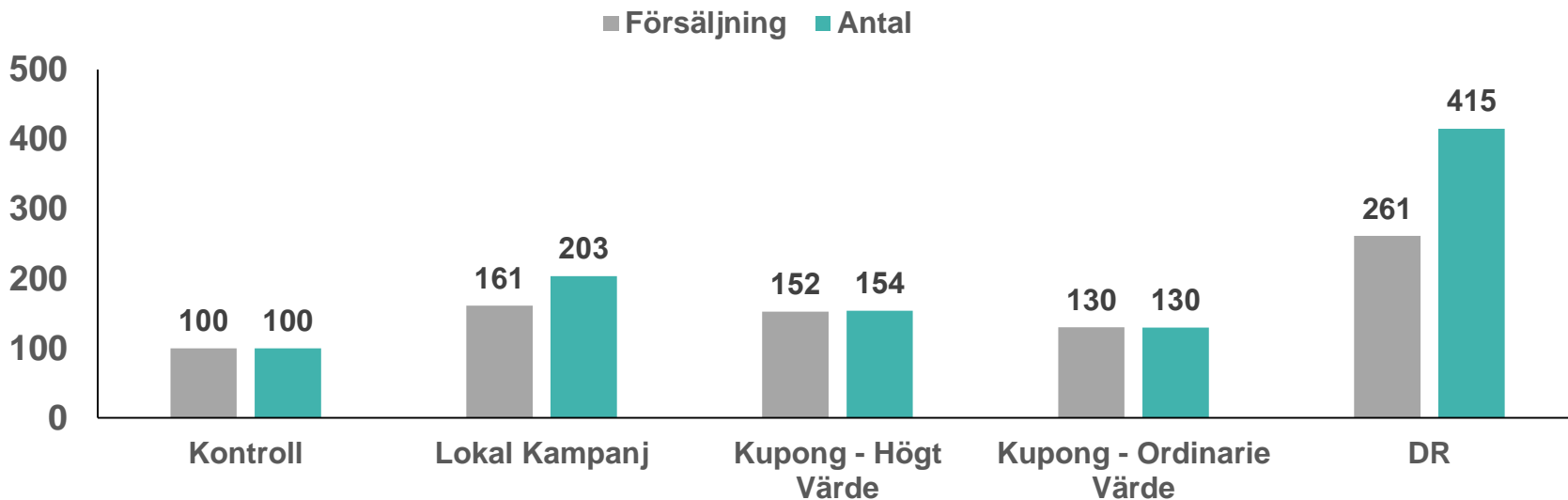


# Hög Kupong ökade sålt antal till ix 154

## Ordinarie Kupong till ix 130

- **DR** och **Lokal Kampanj** är som väntat effektiva på att kortsiktigt boosta volym
- **Kupong med Högt Värde** i linje med tidigare testade **Nyhetskuponger**

Försäljningsindex & Antalsindex

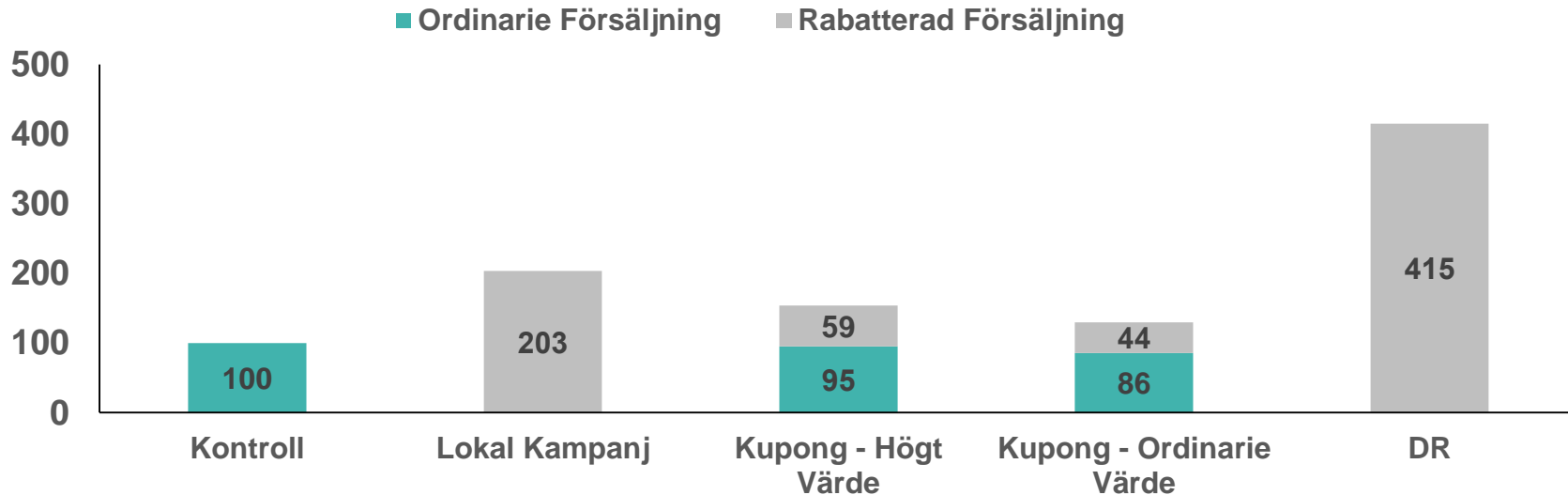


# Framförallt det mersålda antalet rabatteras med kupongkampanj



- Strax fler än var tredje köp gjordes med kupong om kuponger fanns tillgängliga
- **Lokal Kampanj & DR** har 100% "inlösen"
- 10% av inlösta kuponger "kannibaliserar" på förväntad ordinarie volym vid **Kupong med Högt Värde**, motsvarande för **Kupong med Ordinarie Värde** är 30%

## Ordinarie Försäljning & rabatterad försäljning



**Kuponger rabatterar framförallt  
merförsäljning**

**DR- Lokal Kampanj rabatterar all  
försäljning**

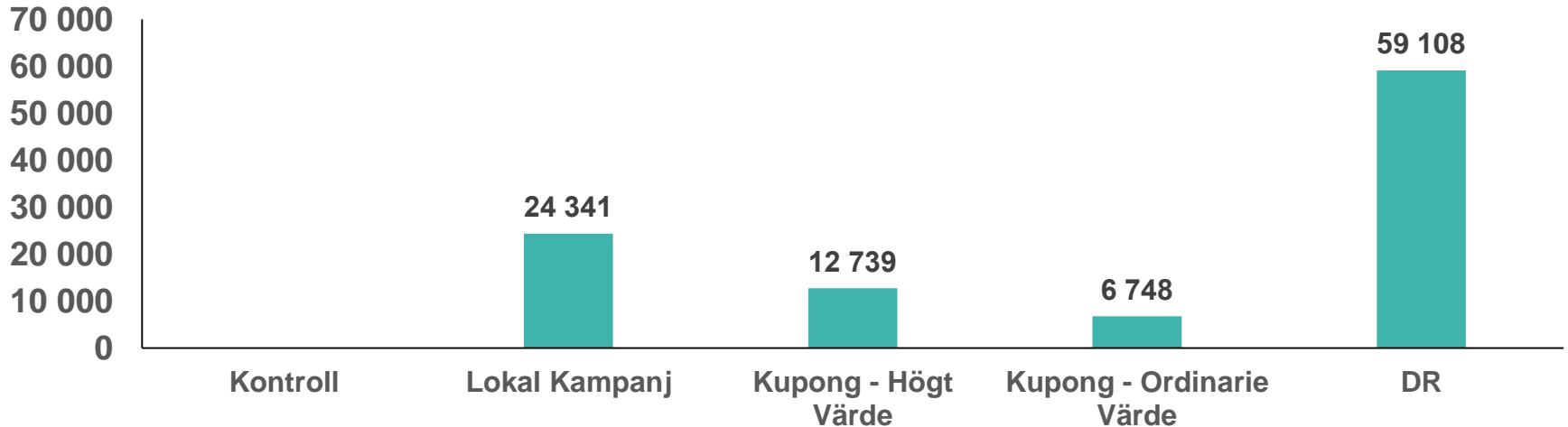


# DR-kampanjerna ökade sålt antal med 59 000 st

## Ordinarie Kupong ökade sålt antal med 6700 st

- Scenario med aktivitet i en vecka på samtliga ICA Supermarket ger höga volymökningar för framförallt **DR- aktiviteterna**
- **Kupong med Högt Värde** uppvisar volymökningar om ungefär hälften av **Lokal Kampanj**

Antalsökningar – 430 Supermarket x 7 dagar

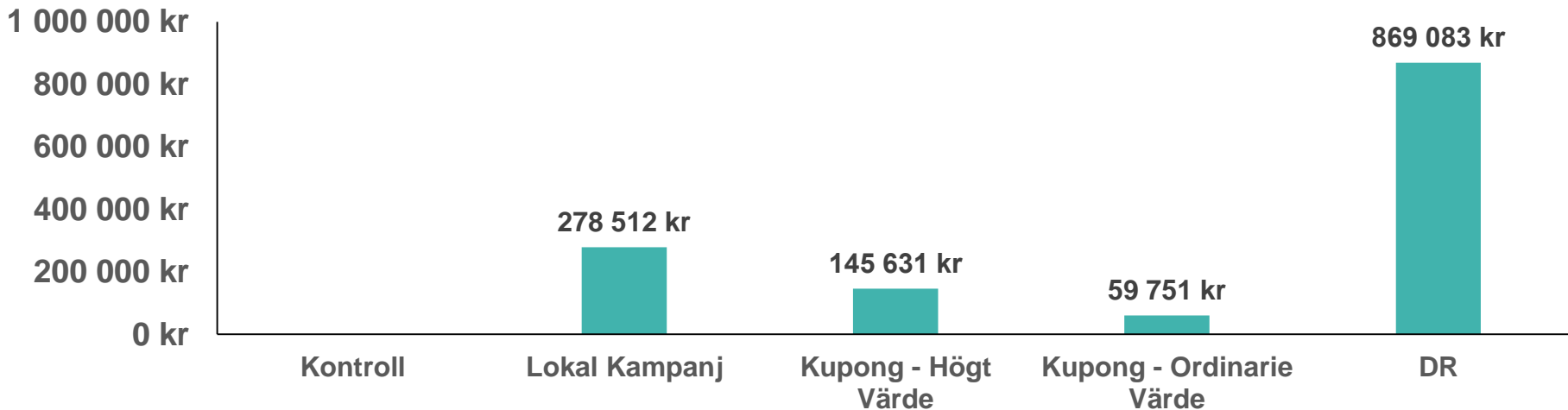


# Stora skillnader i faktisk kampanjkostnad per vecka beroende på aktivitet



- Kampanjkostnader är baserat på startkostnader, kringkostnader och framförallt hur många rabattkronor som kommer shoppers till gagn
- Sett till den totala kampanjkostnaden kan närvaro med **Kupong med Ordinarie Värde** erhållas i 14 veckor till samma kostnad som 1 vecka med **DR**

Antalsökningar – 430 Supermarket x 7 dagar



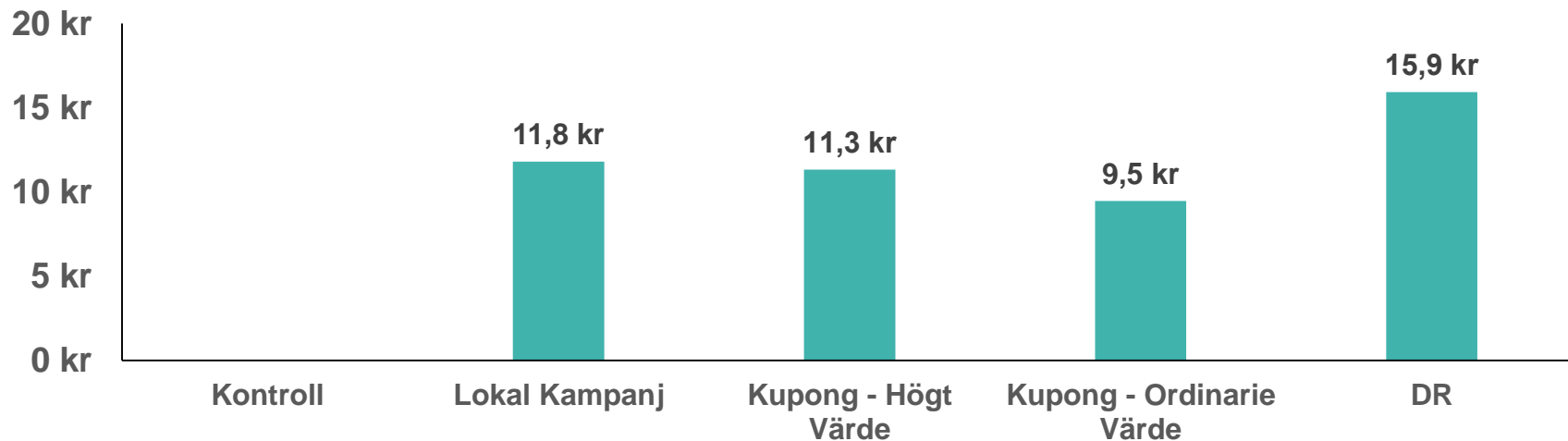




## Stora skillnader i kostnad per extra såld vara vid ordinarie pris om 25 kr

- Annorlunda uttryckt kostar varje mersåld vara, med ett ordinarie pris om 25 kr, 15,90 kr vid **DR** som ena ytterligheten och 9,50 kr vid **Kupong med Ordinarie Värde** som den andra

Kostnad per mersåld vara vid Ordinarie pris 25 kr (Genomsnitt testartiklar)



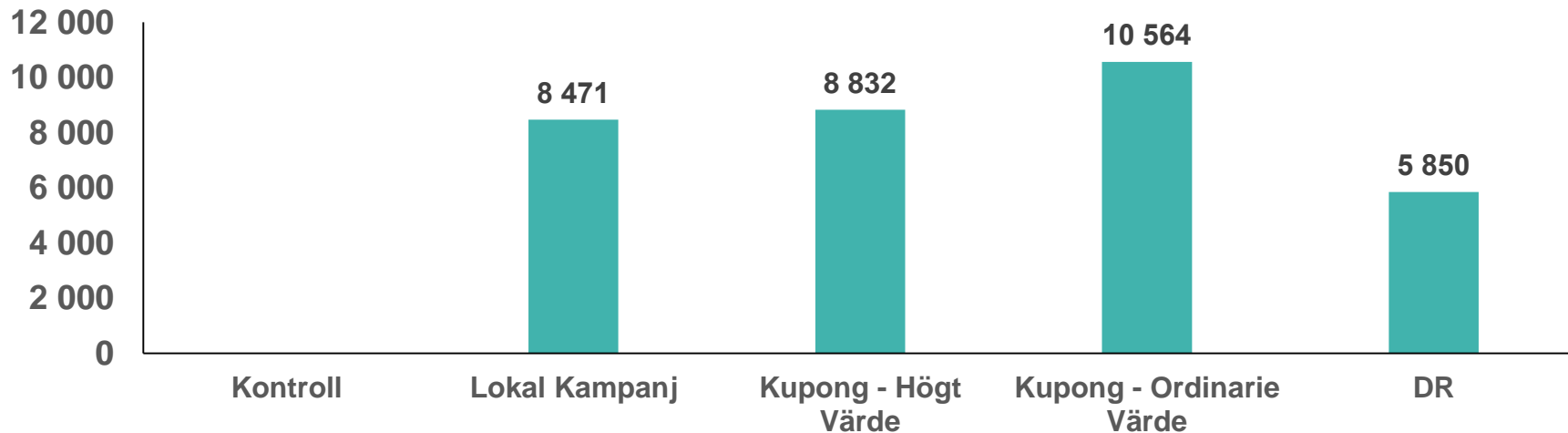


# Högst ROI erhålls vid den Ordinarie Kupongen

## Lägst ROI vid DR

- Annorlunda uttryckt innebär 100 000 kr investerade i **DR** med rabatter och startavgifter att volymen, för en vara med ordinarie pris 25 kr, ökar med 5 900 st
- Motsvarande för **Kupong med Ordinarie Värde** är 10 600 st

Ökad volym vid investering om 100 000 kr



# Sammanfattning

**DR och Lokal Kampanj för kortsiktiga stora volymer till en hög grundinvestering**

**Med tålamod är Kupong med Ordinarie Värde mest kostnadseffektivt eftersom vi framförallt rabatterar merförsäljningen**

**En kupongkampanj kan göras med högre frekvens i butiken - 14 veckor till samma pris som 1 vecka med DR**

**ROI-mässigt rekommenderas Ordinarie Kupong framför Kupong med Högt Värde**



Växel +46 8 515 12 001  
[www.retailacademics.com](http://www.retailacademics.com)  
[info@retailacademics.com](mailto:info@retailacademics.com)

Besöksadress  
Östermalmsgatan 87b  
114 55 Stockholm

Postadress  
Box 240 26  
104 50 Stockholm

