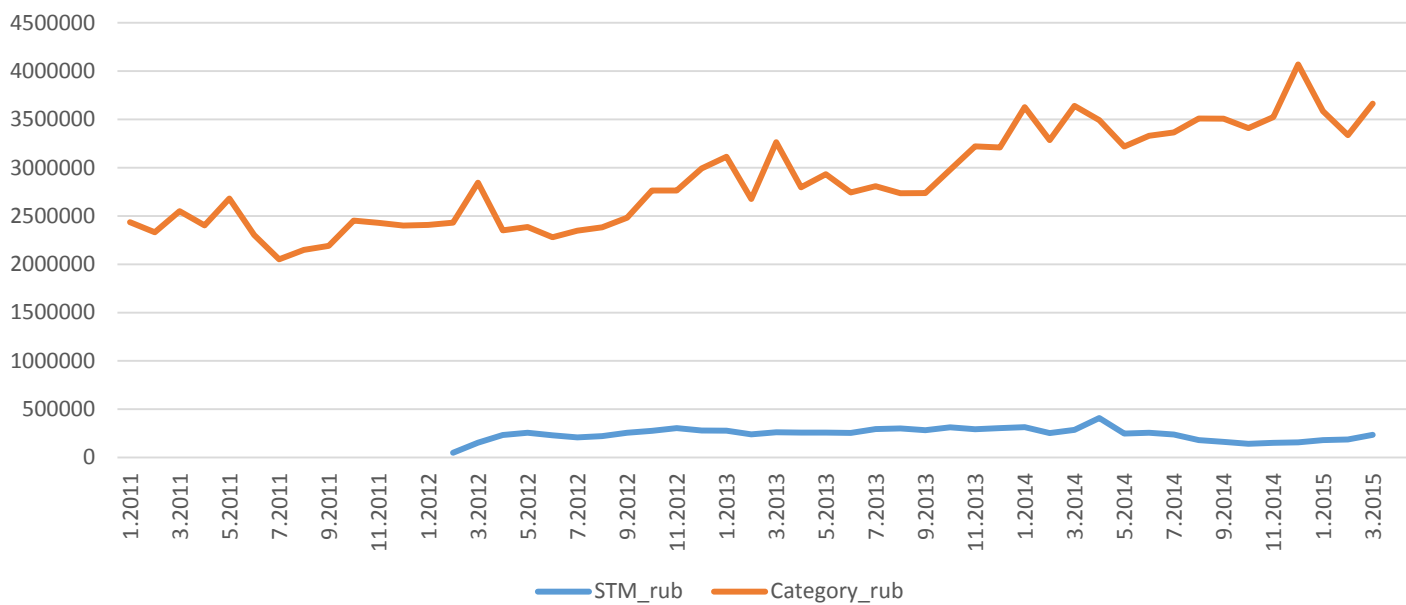
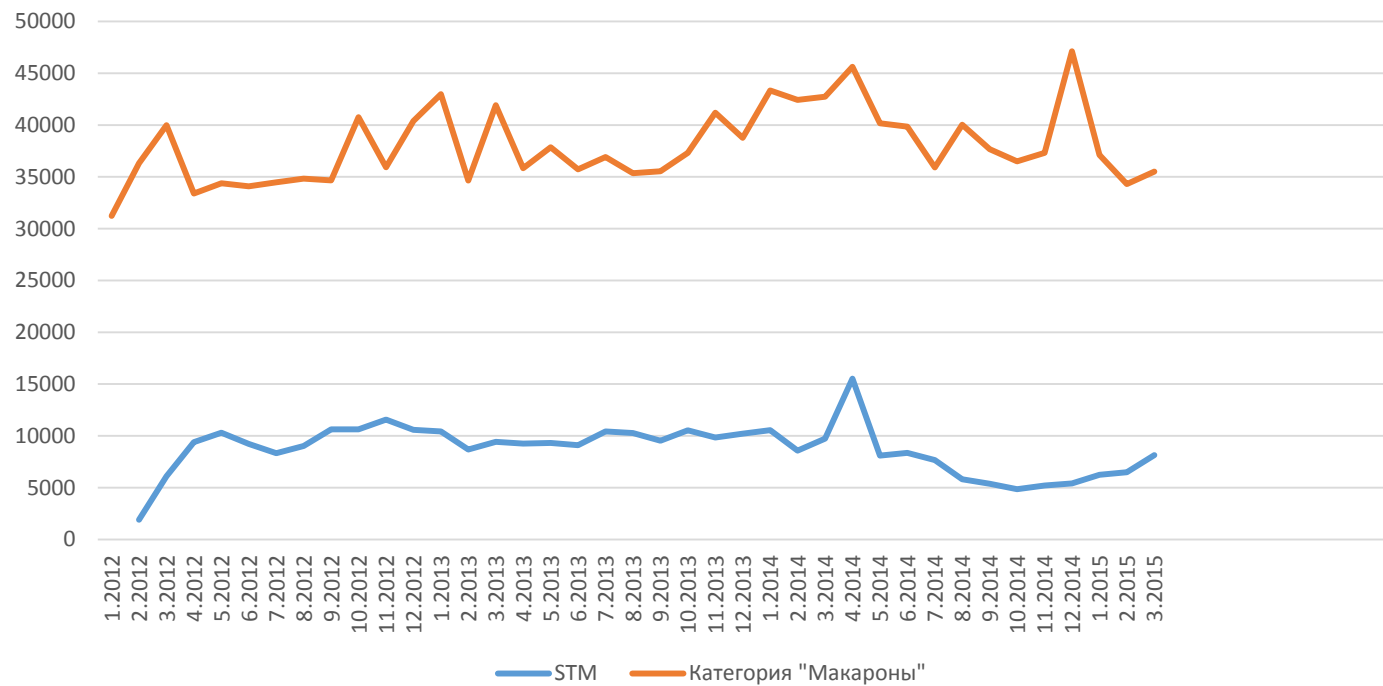


Макаронны: вся категория

"Макароны": продажи в руб.

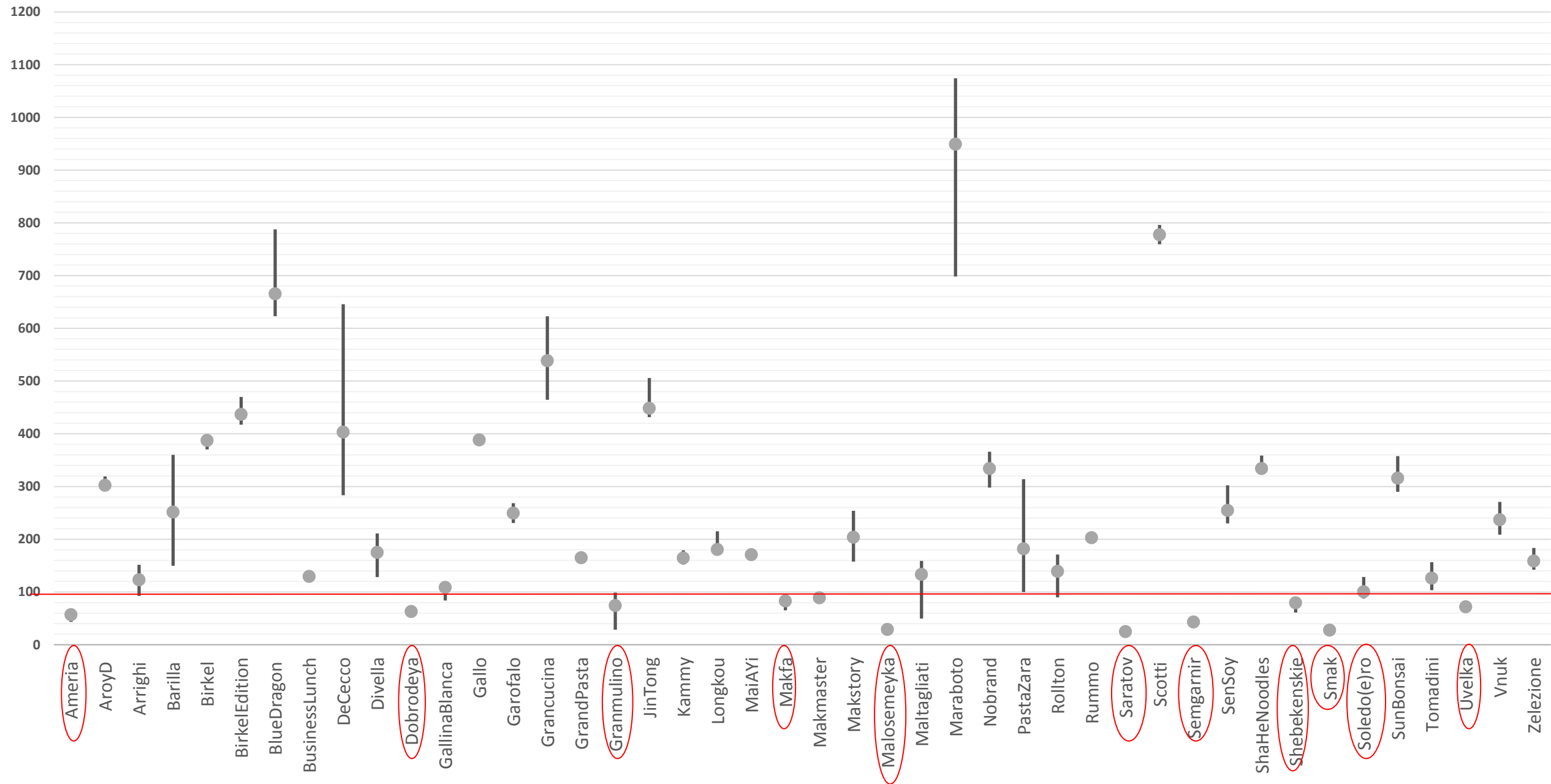


Продажи в кг

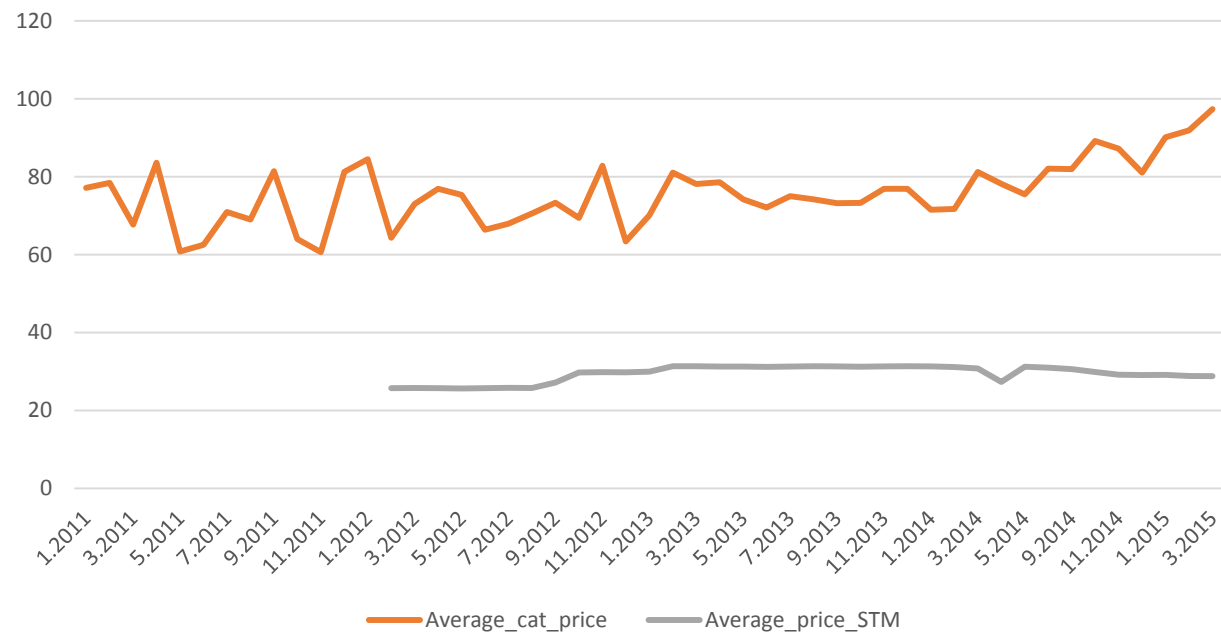


Разброс цен

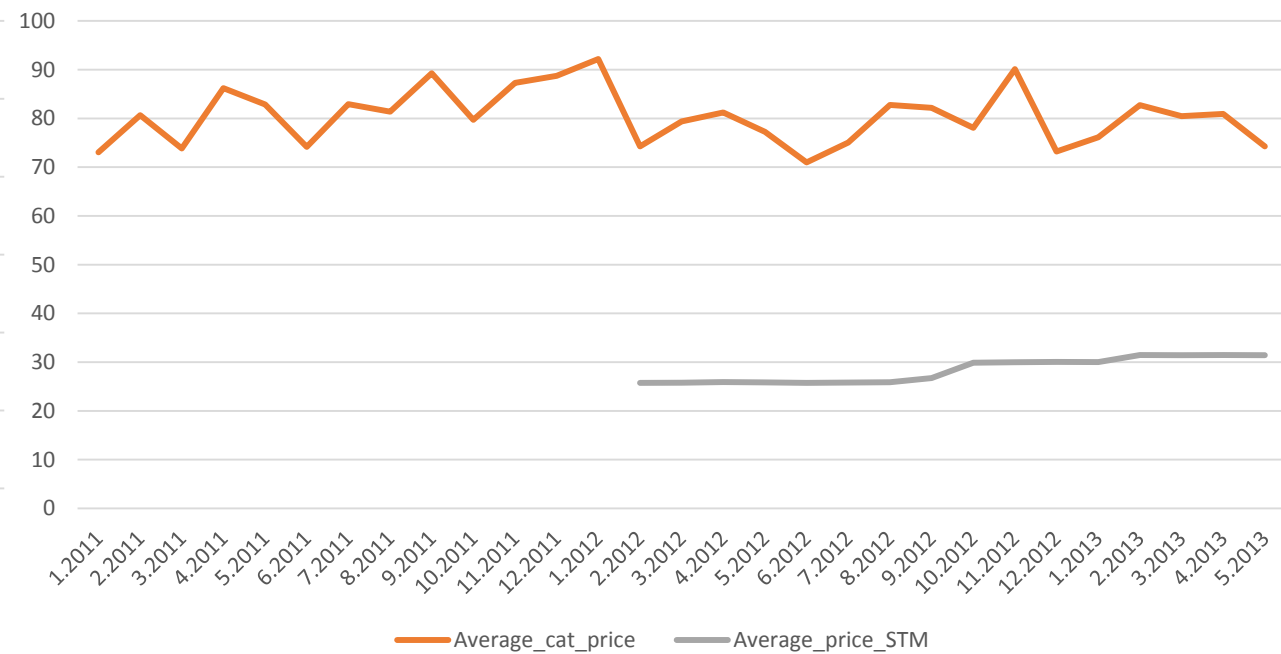
Min Max Average_period



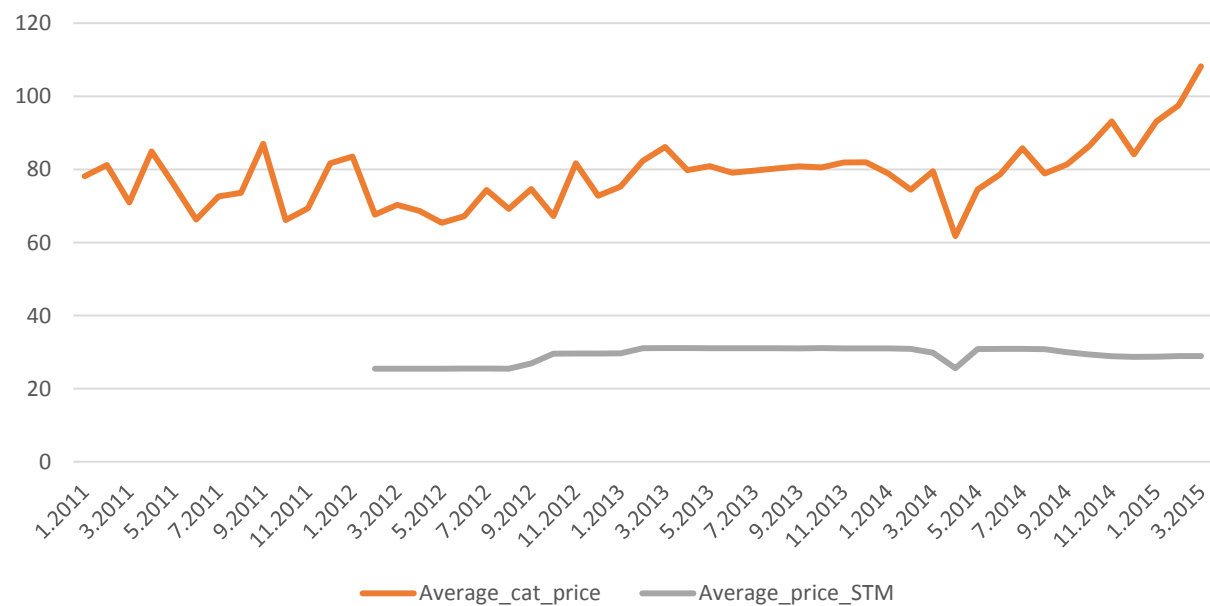
30



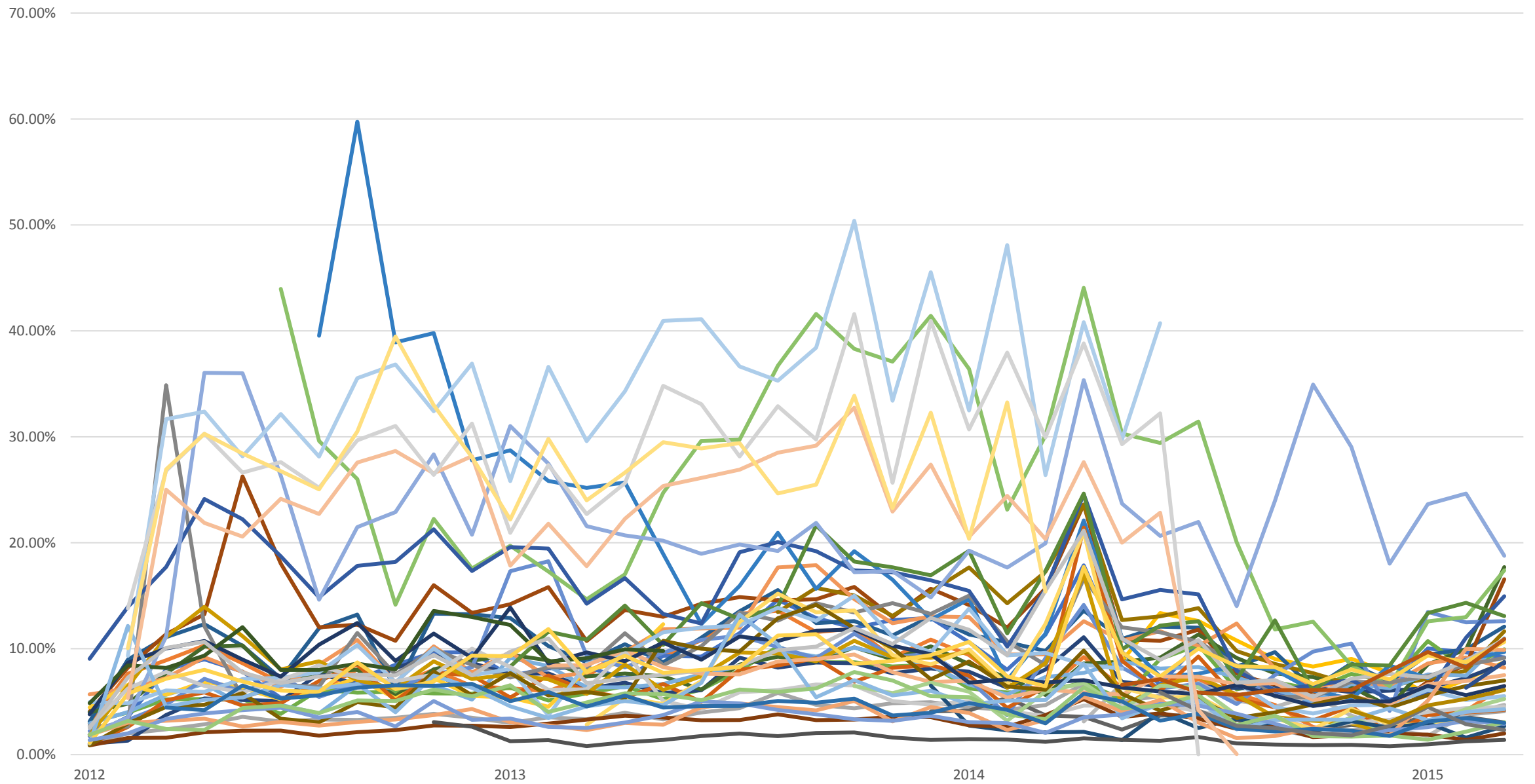
20



27

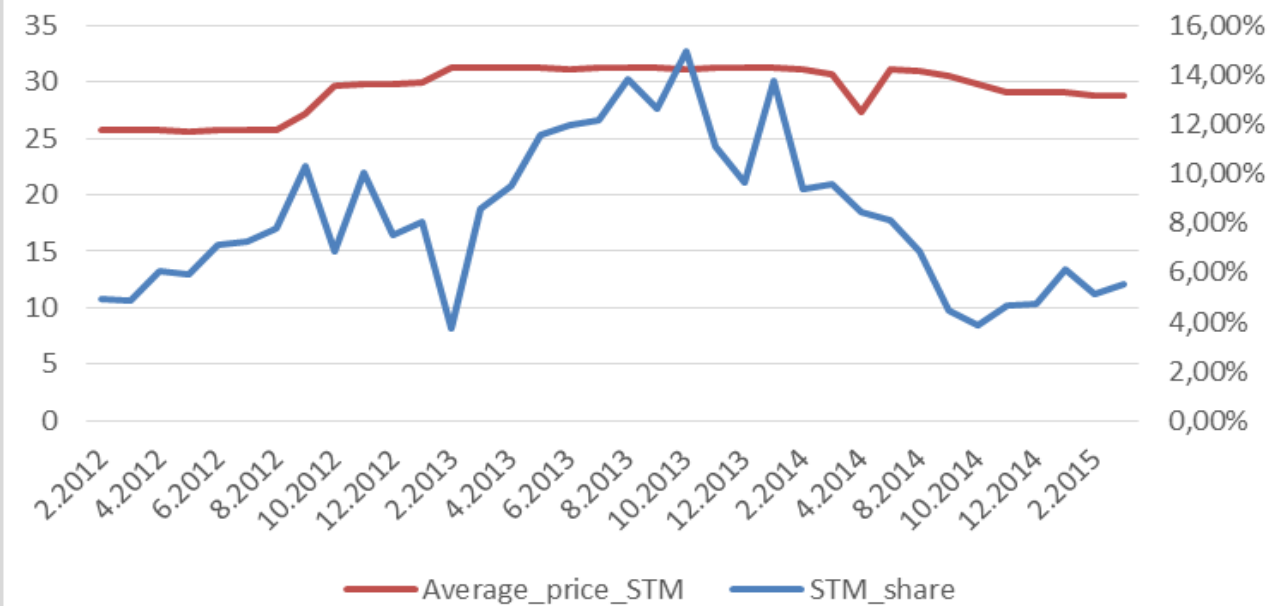


Доля СТМ

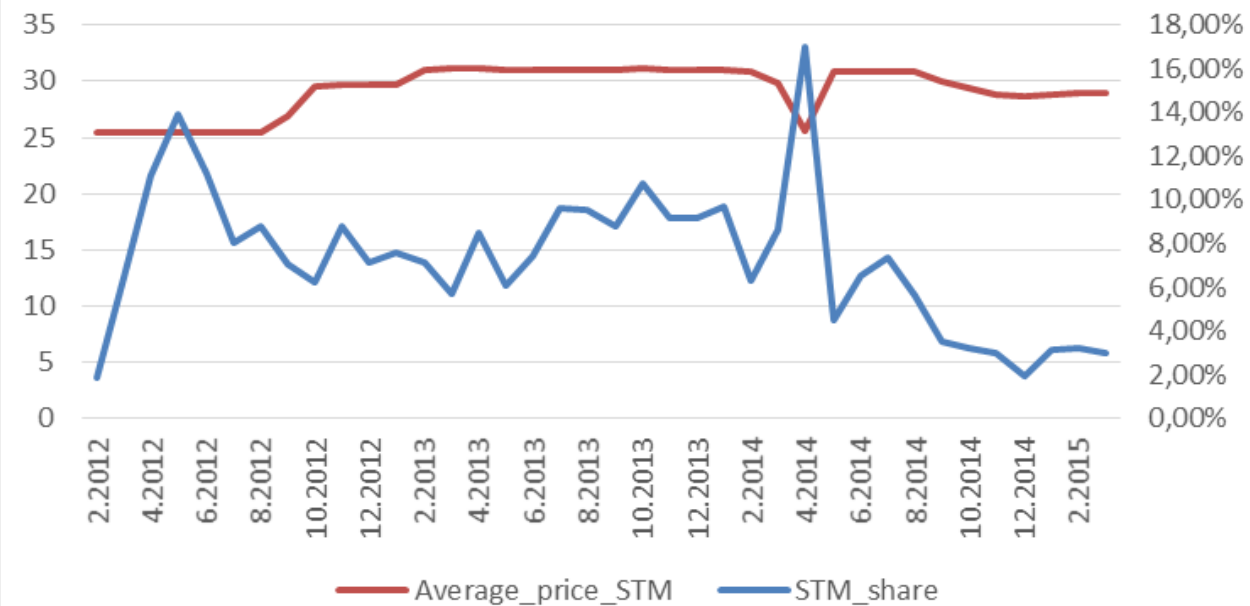


- | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| 4 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 34 | 35 | 37 | 39 | 40 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 |
| 47 | 49 | 50 | 51 | 52 | 53 | 54 | 55 | 56 | 57 | 58 | 59 | 60 | 601 | 602 | 603 | 604 |

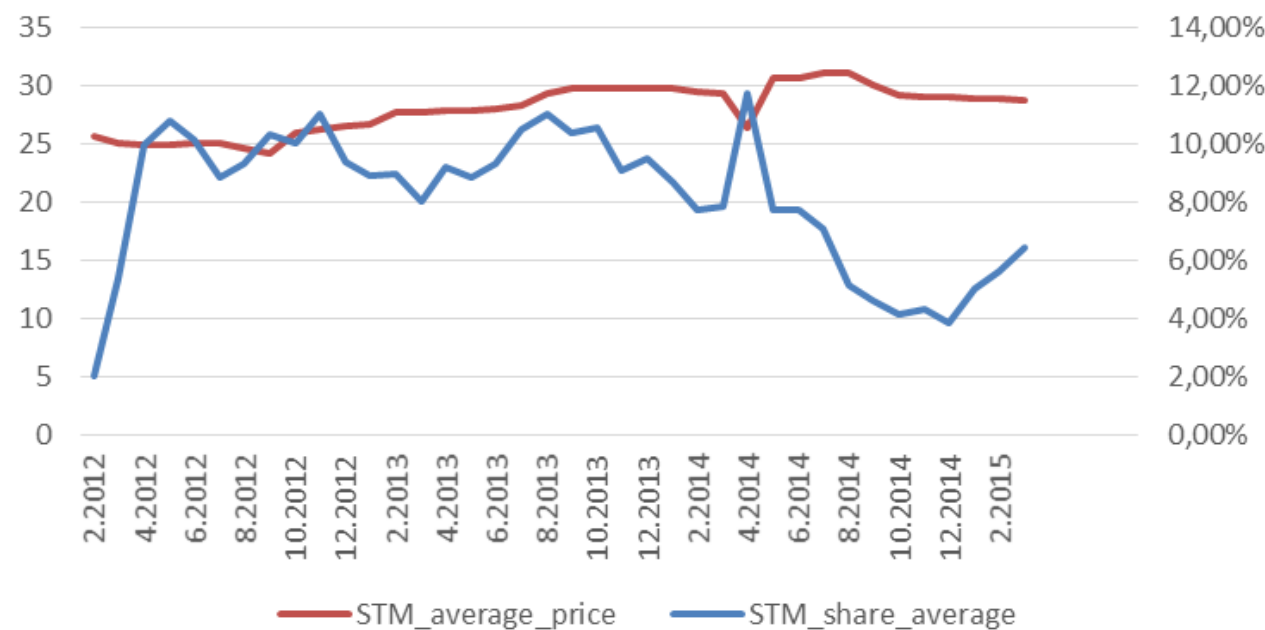
30



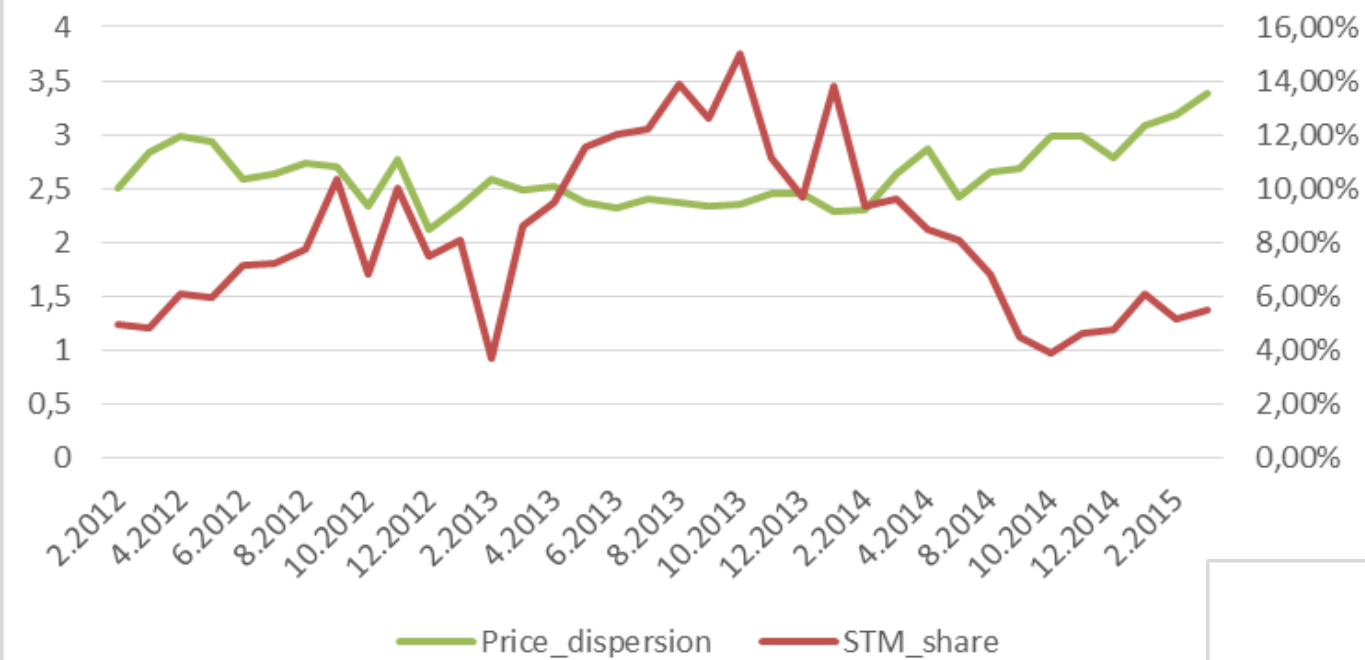
27



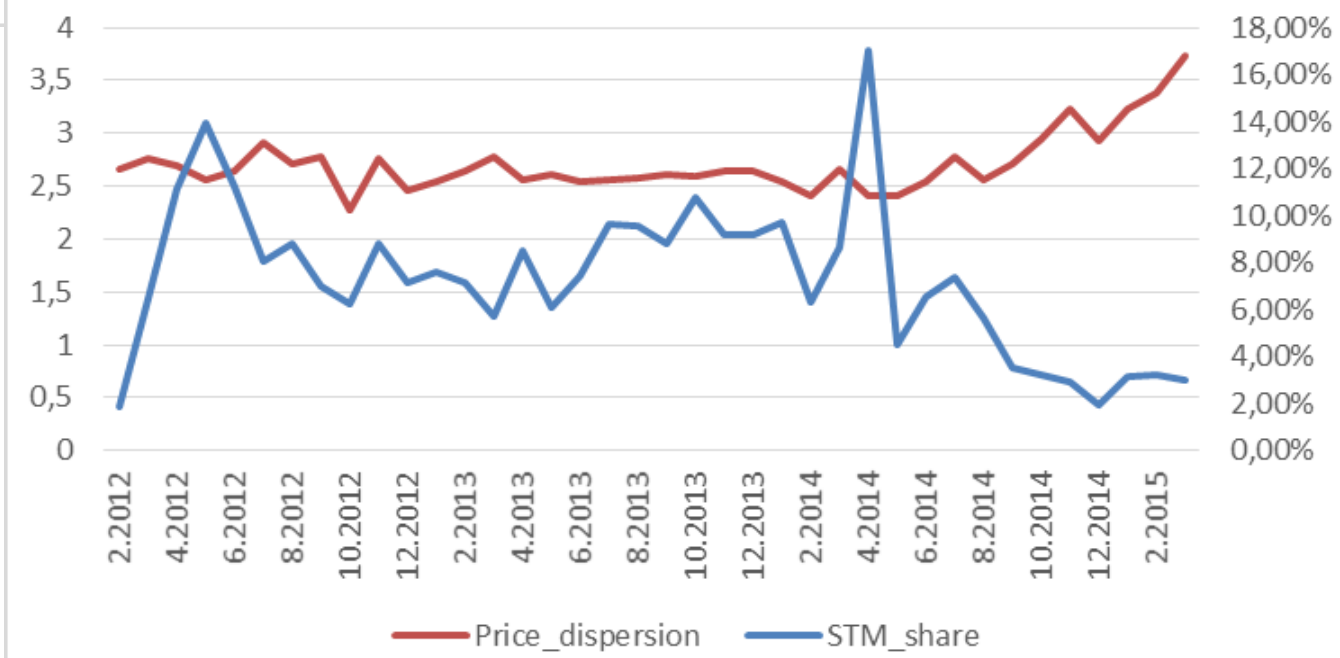
Доля СТМ и цена



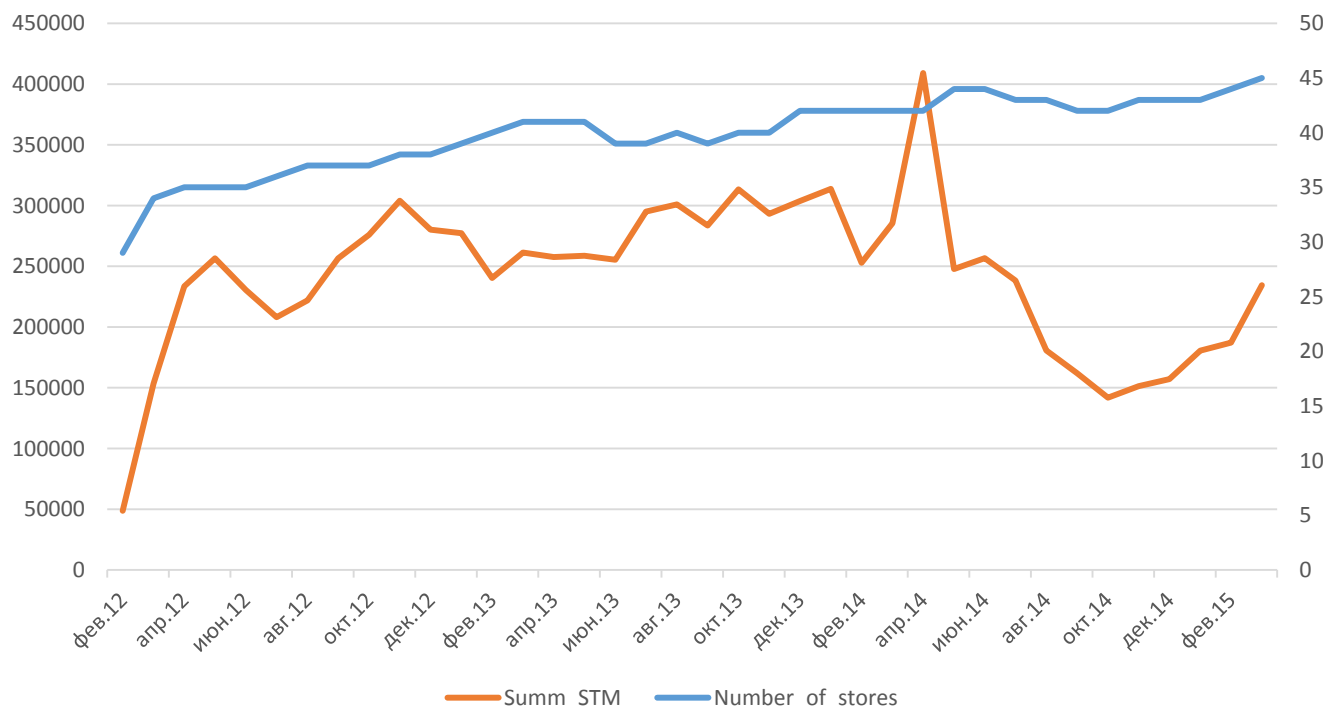
30



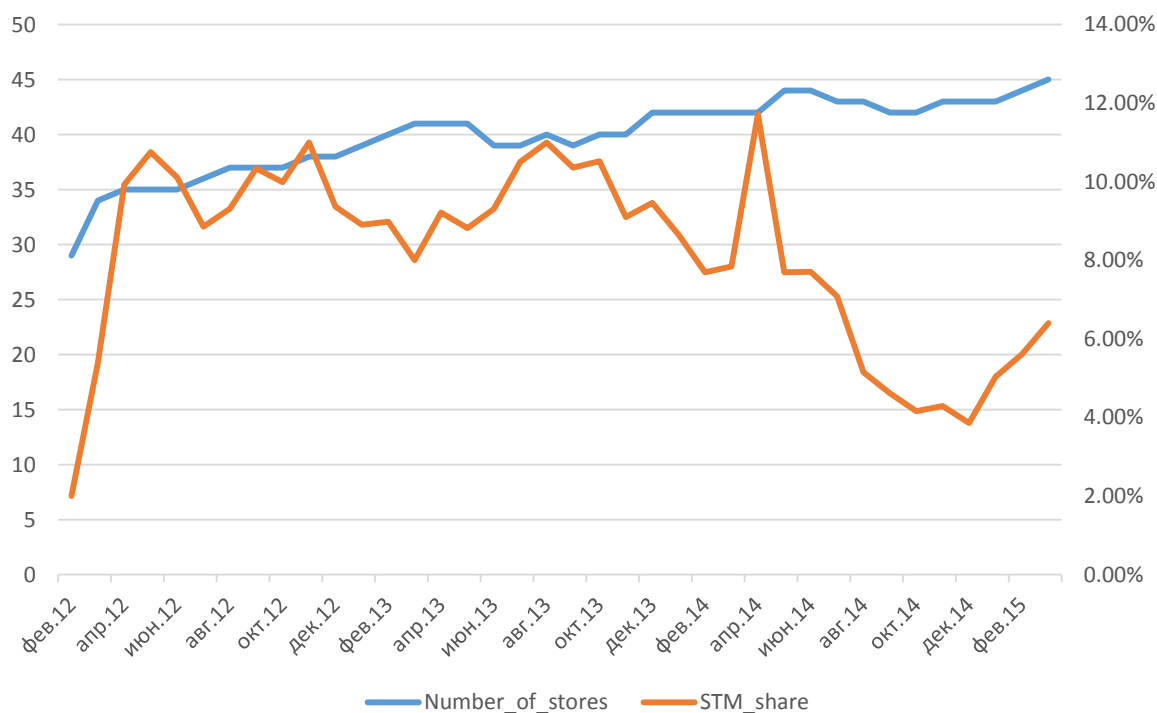
27



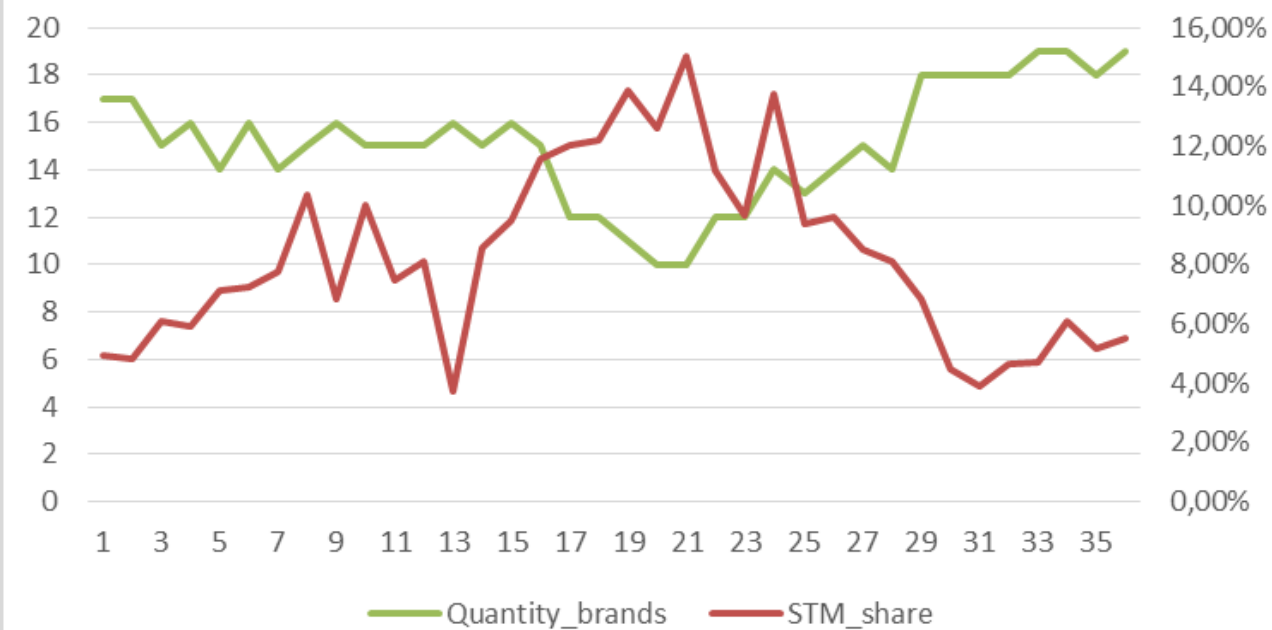
Продажи СТМ и кол-во магазинов, где она представлена



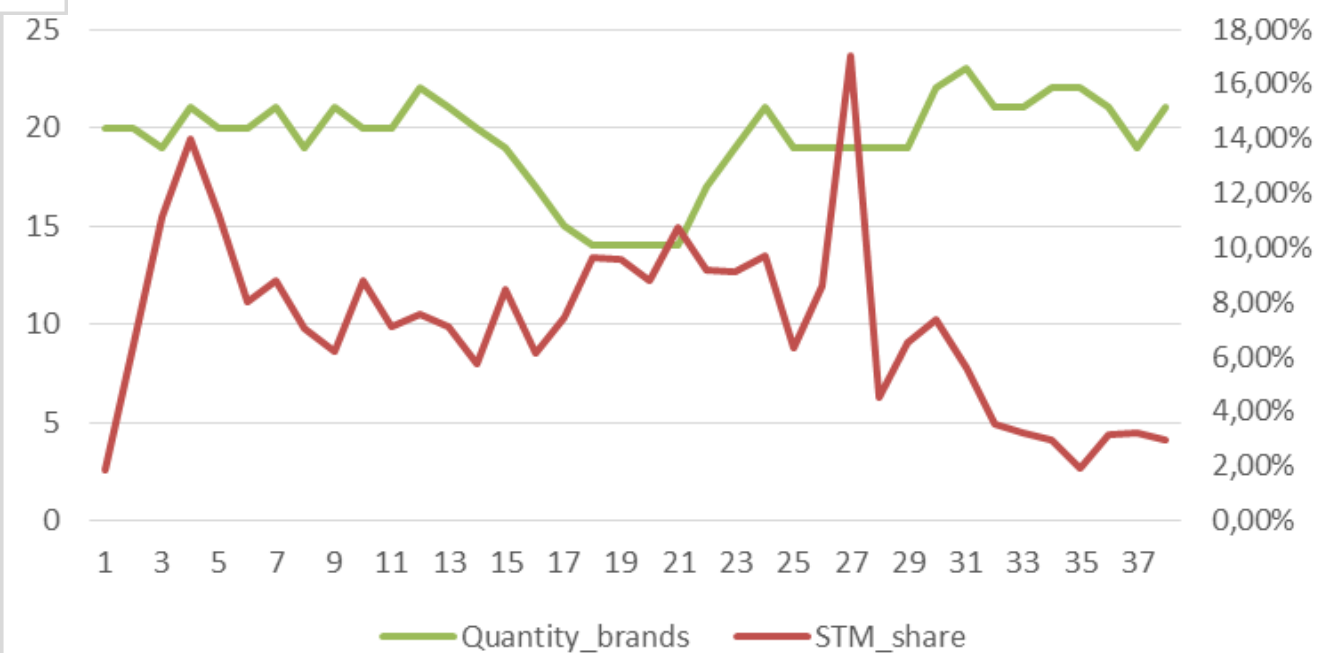
Доля СТМ и кол-во магазинов, где она представлена



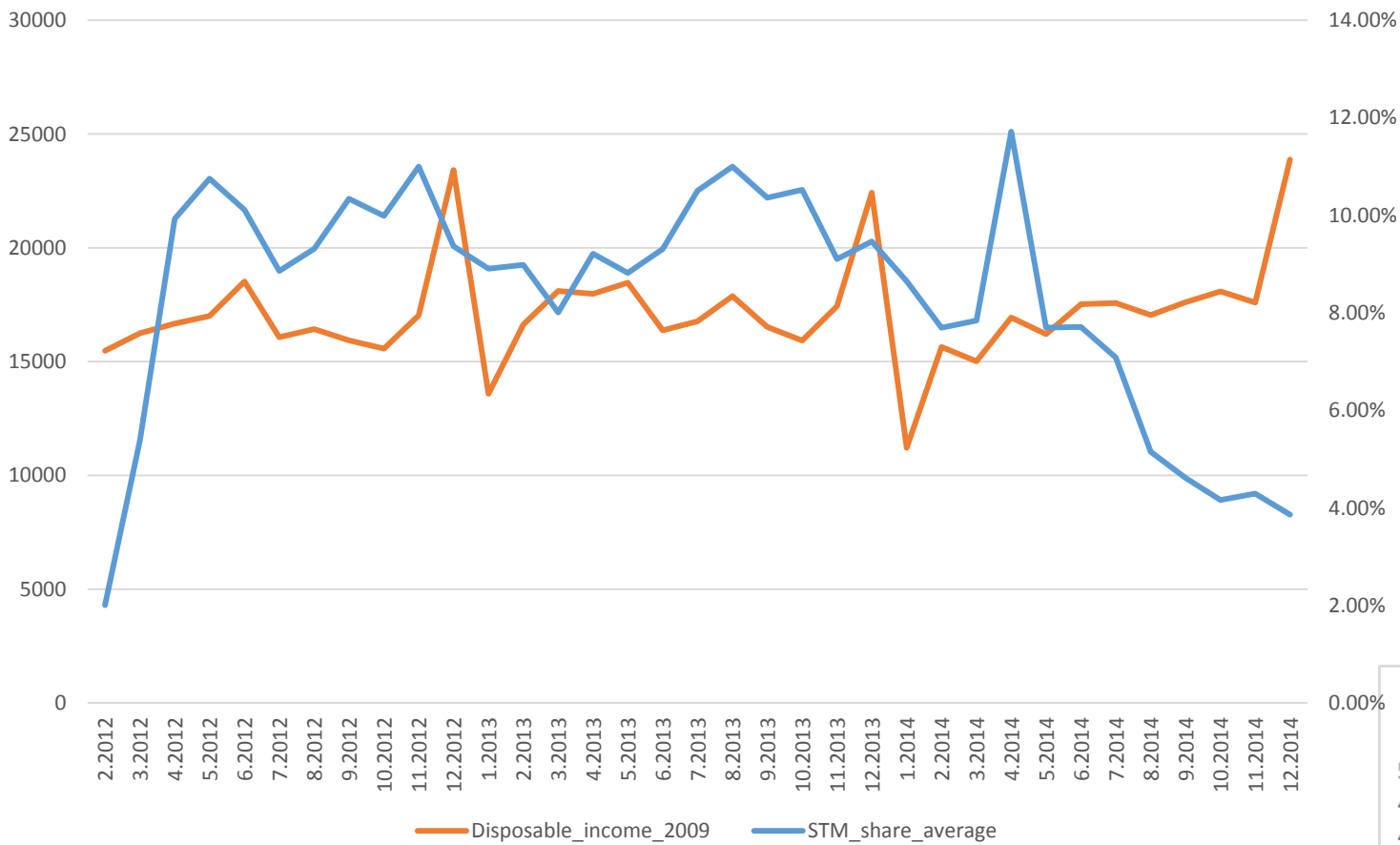
STM_share 30



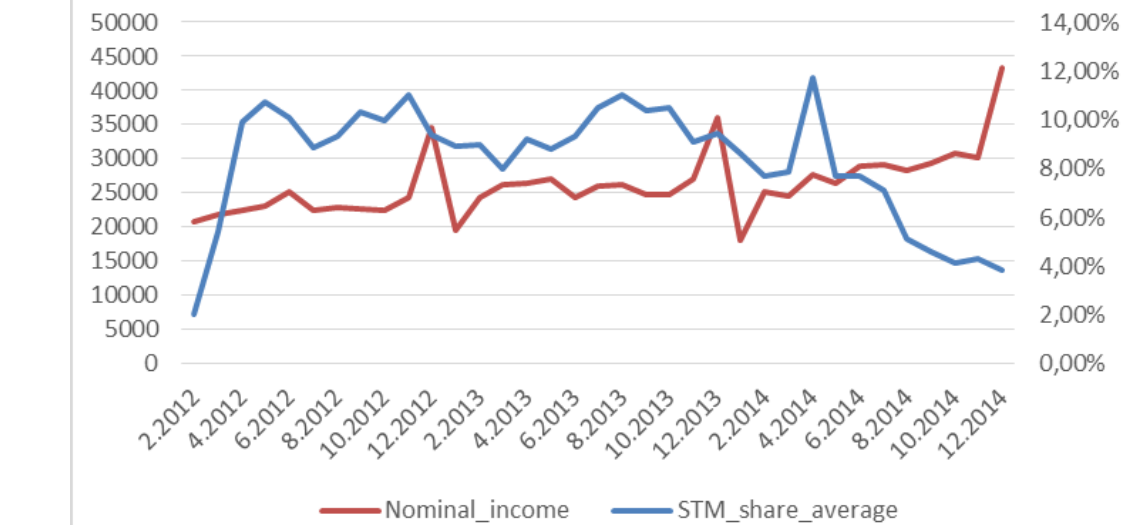
STM_share_27



СТМ и располагаемые доходы



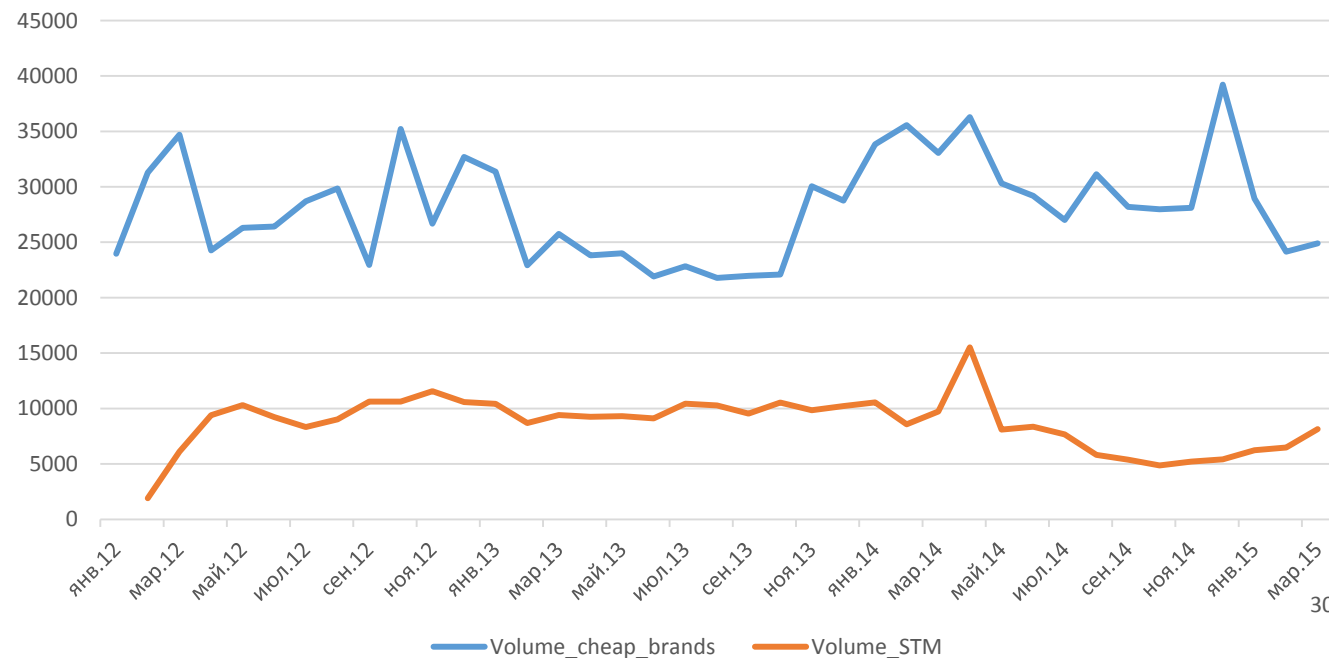
СТМ и доходы



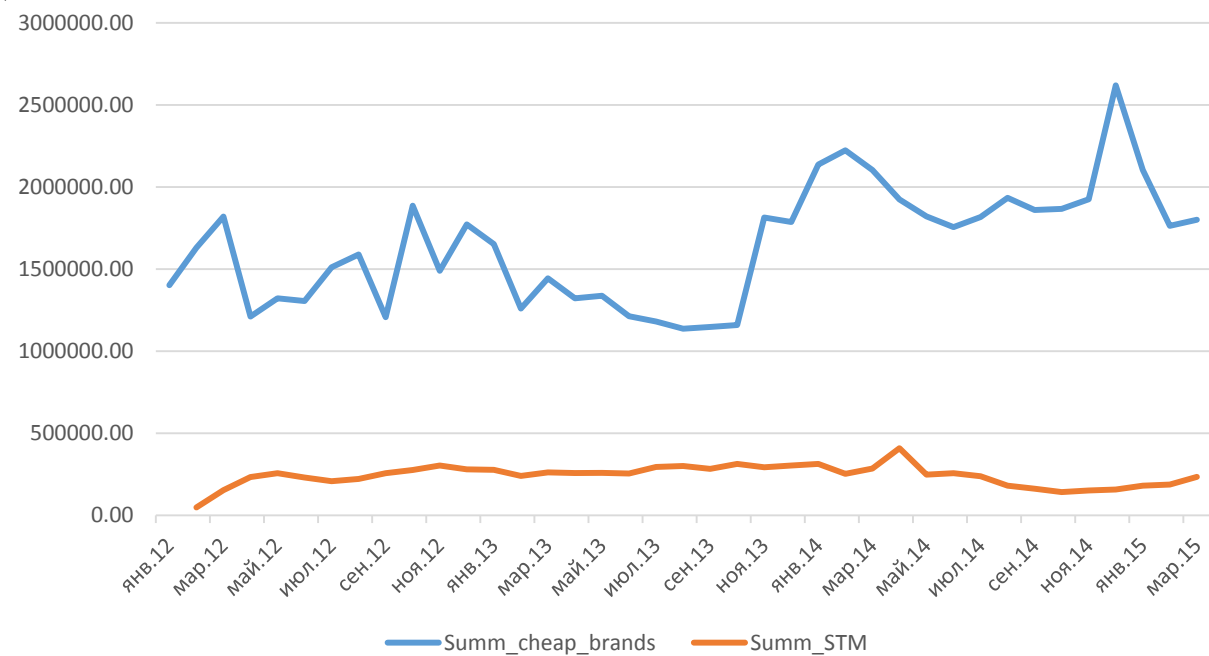


Макароны: низкий ценовой сегмент

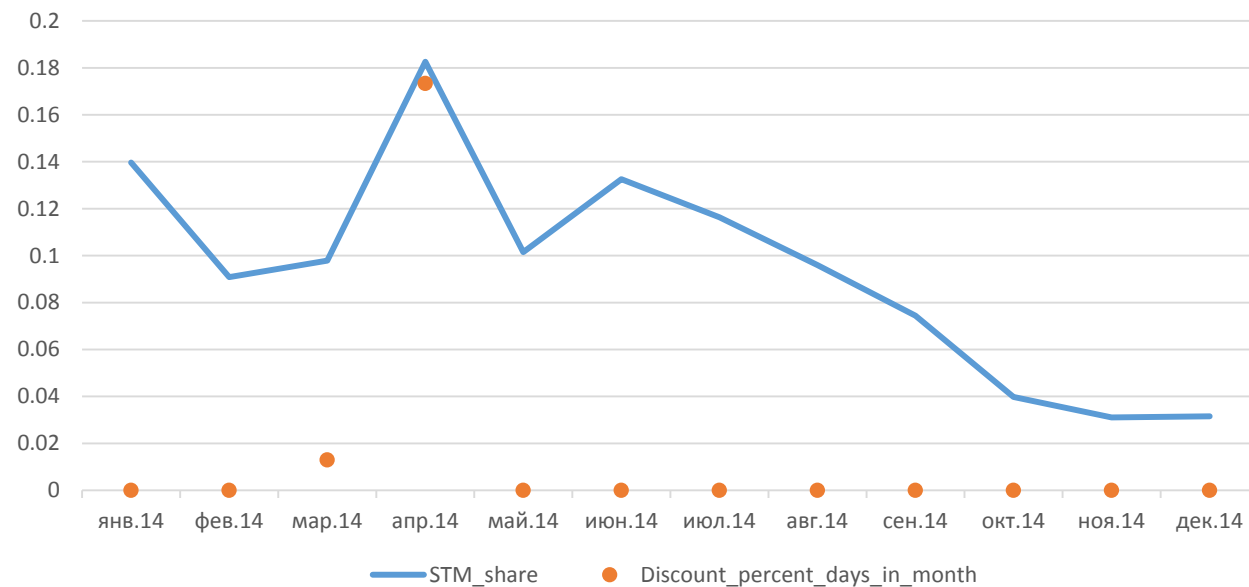
Продажи в кат. "Макароны" среди дешевых брендов, кг



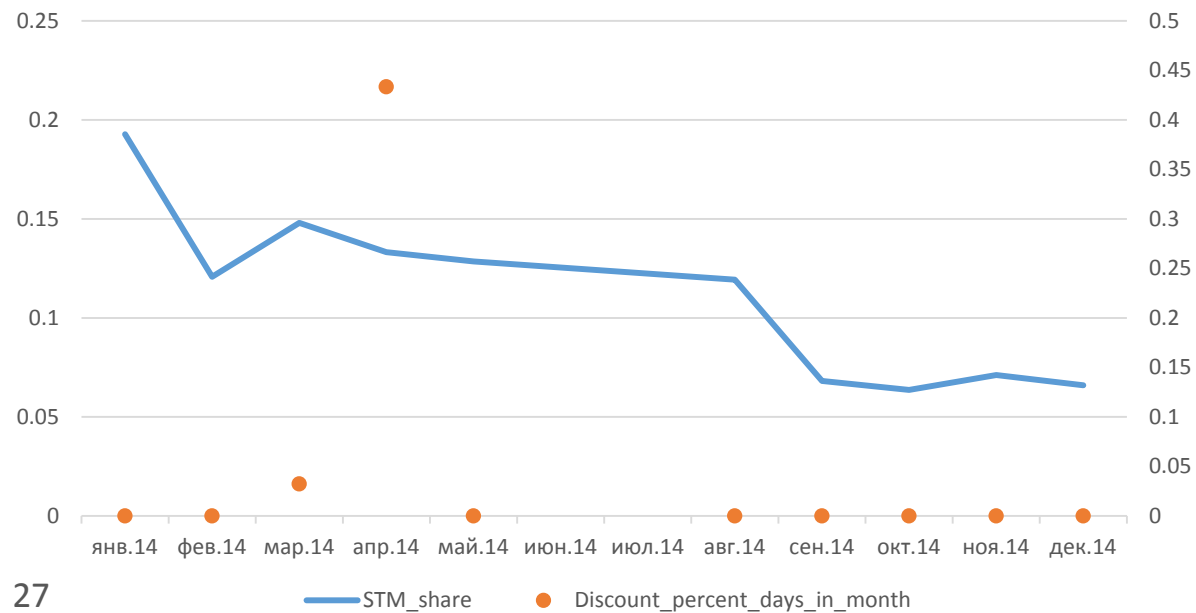
Продажи в кат. "Макароны" среди дешевых брендов, руб.



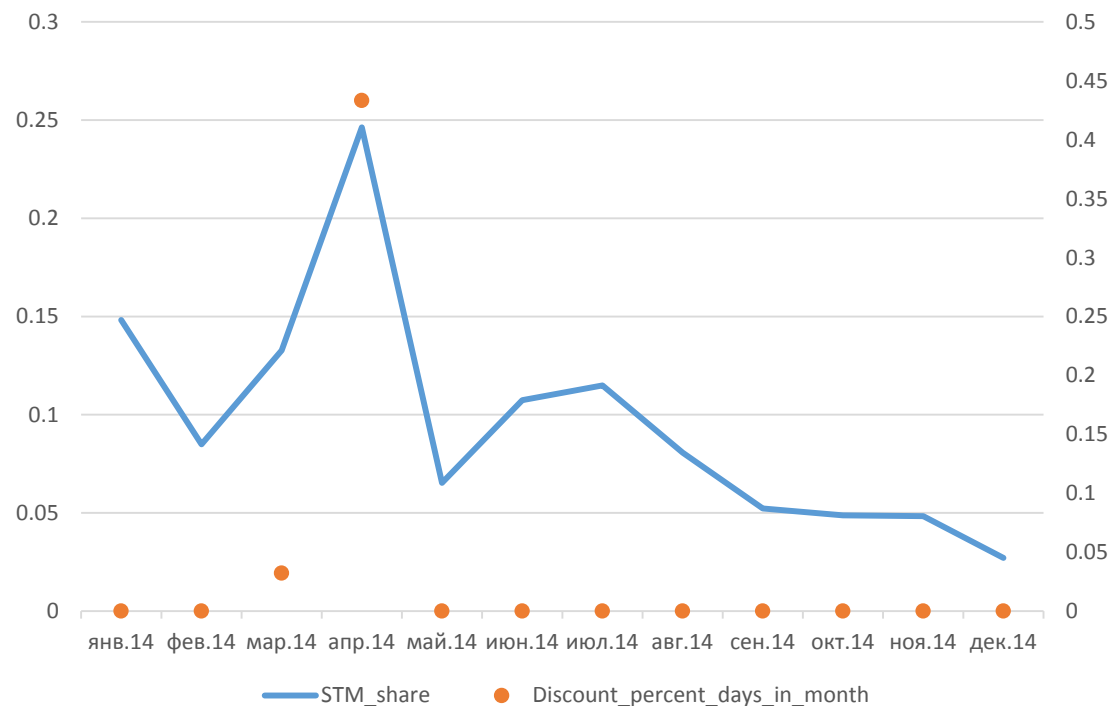
4



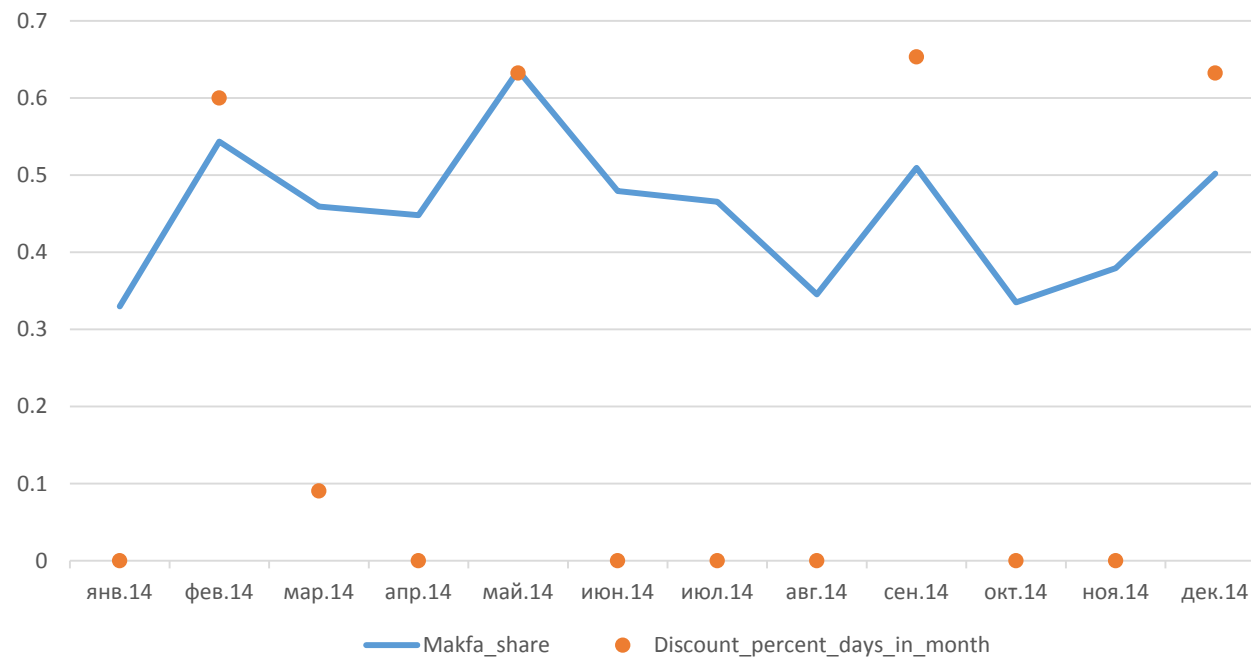
30



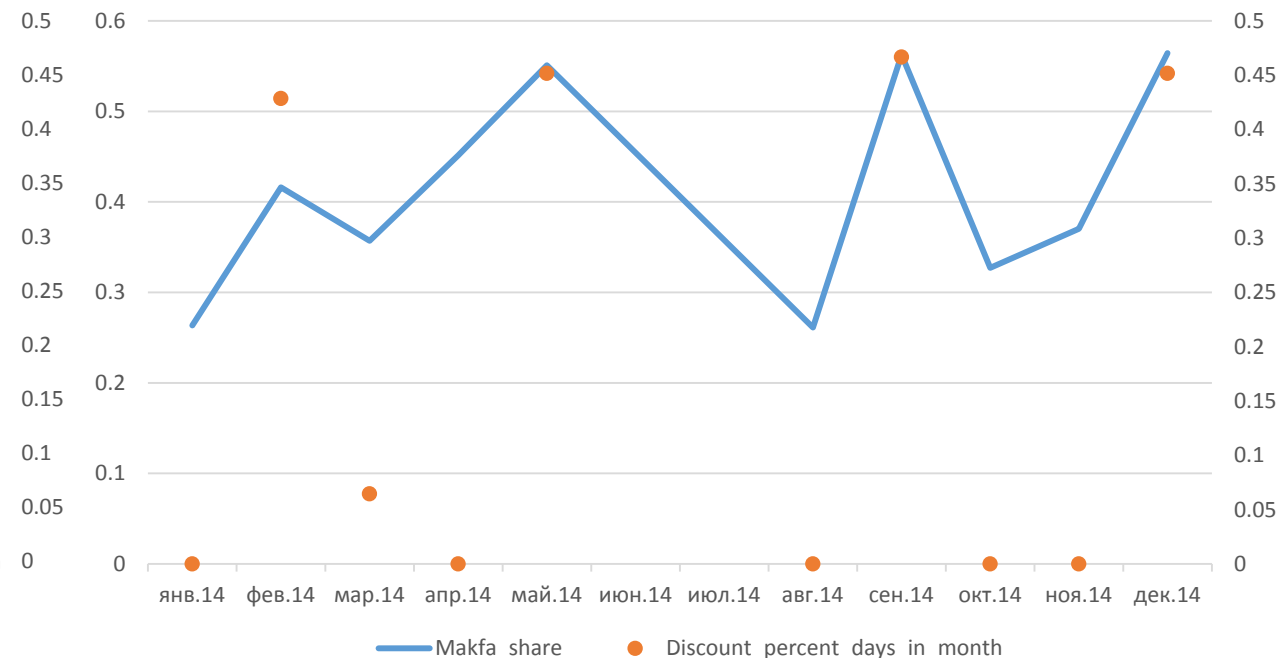
27



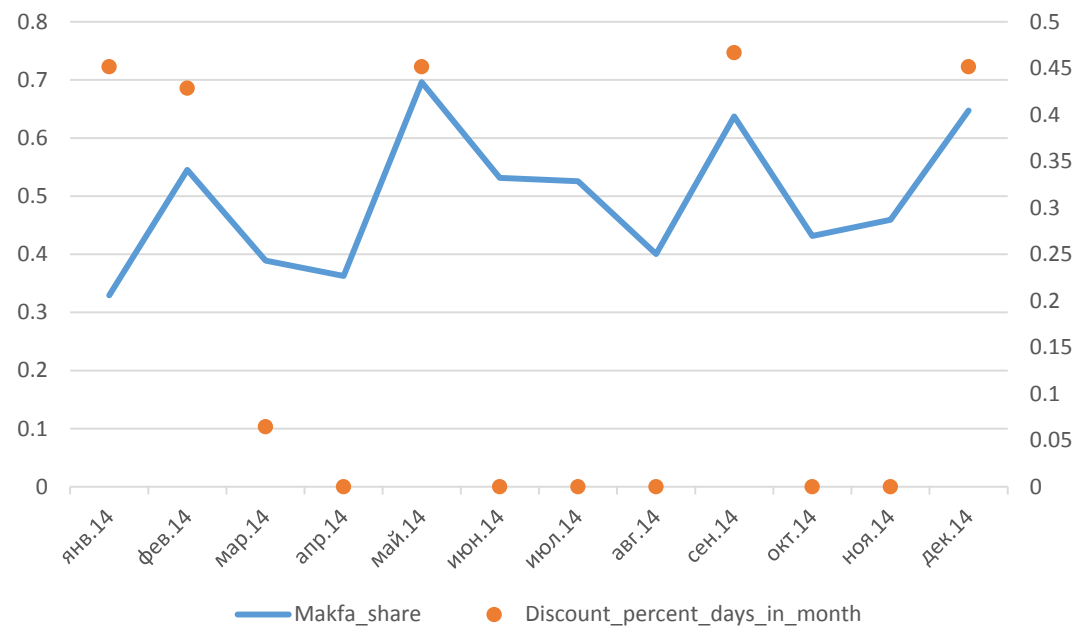
4



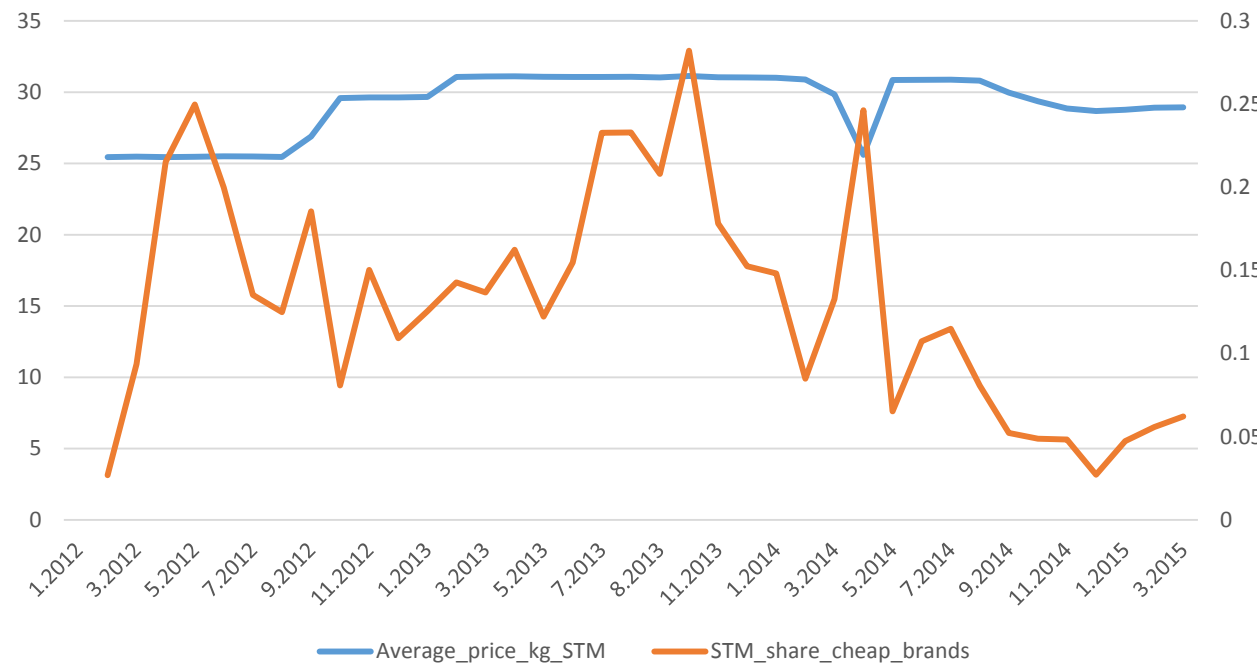
30



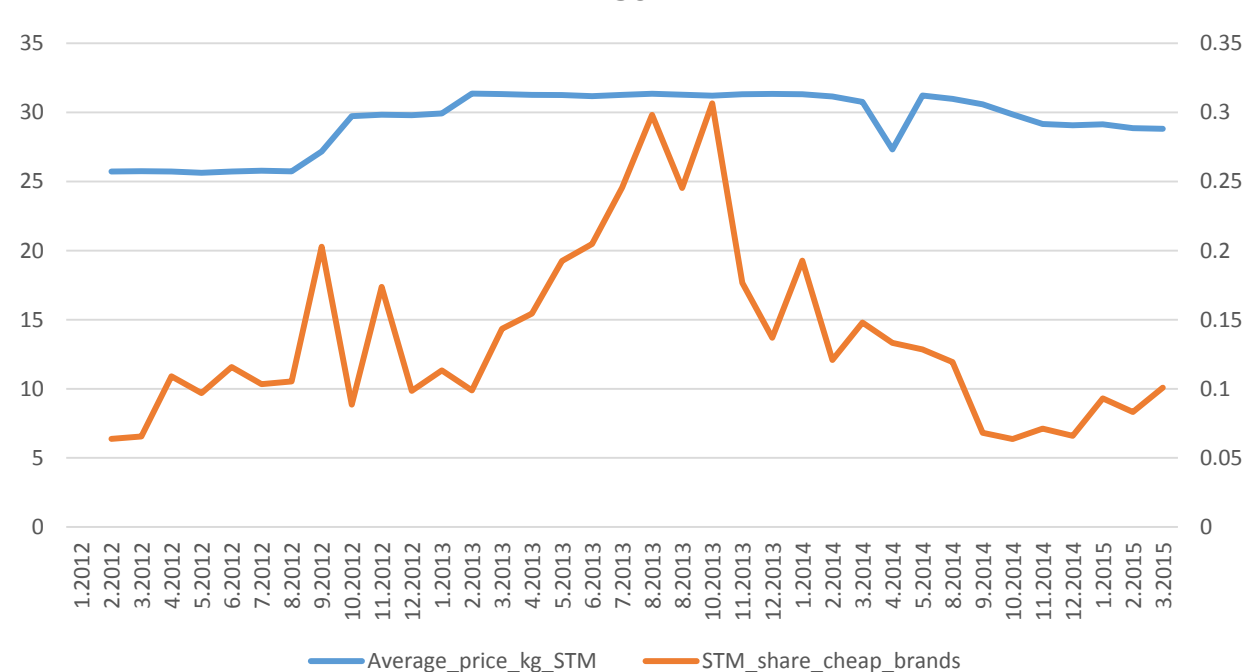
27



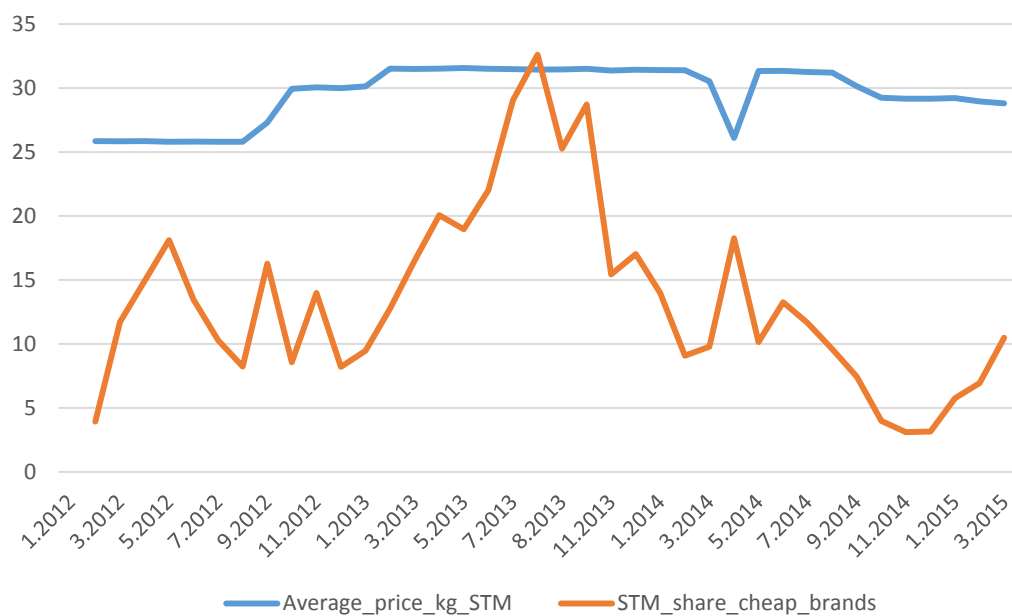
27



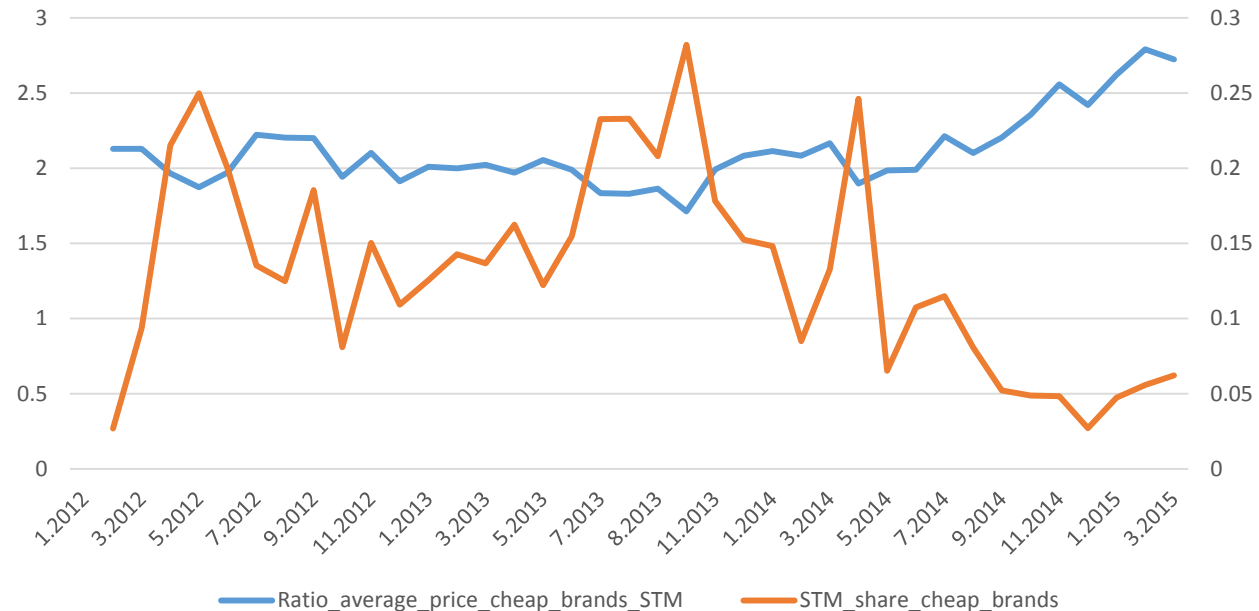
30



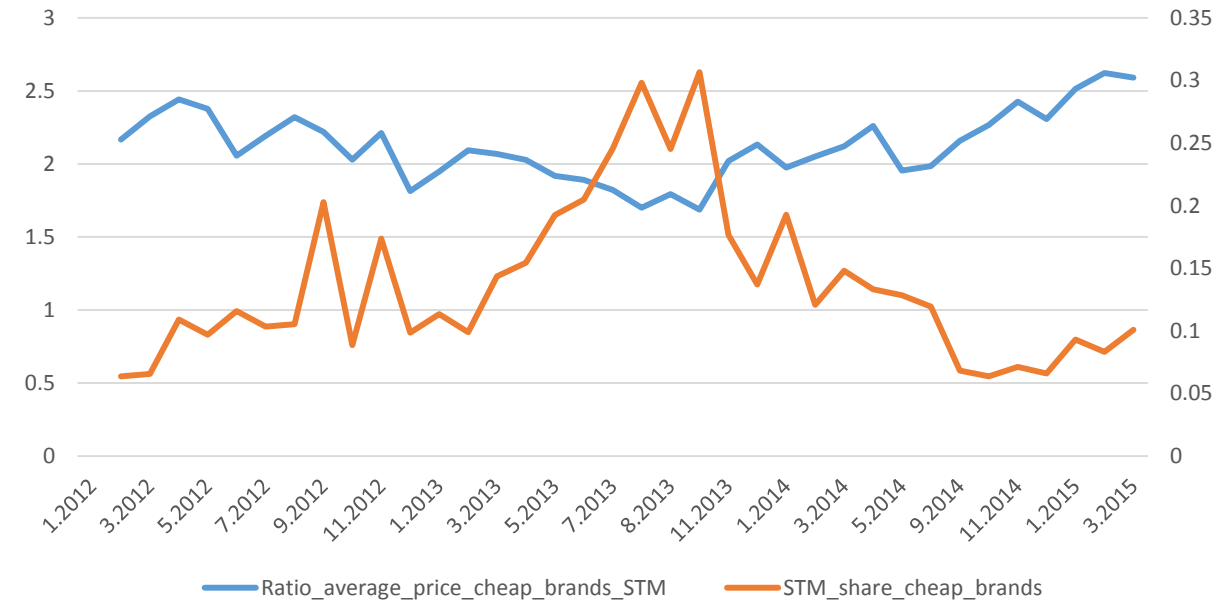
4



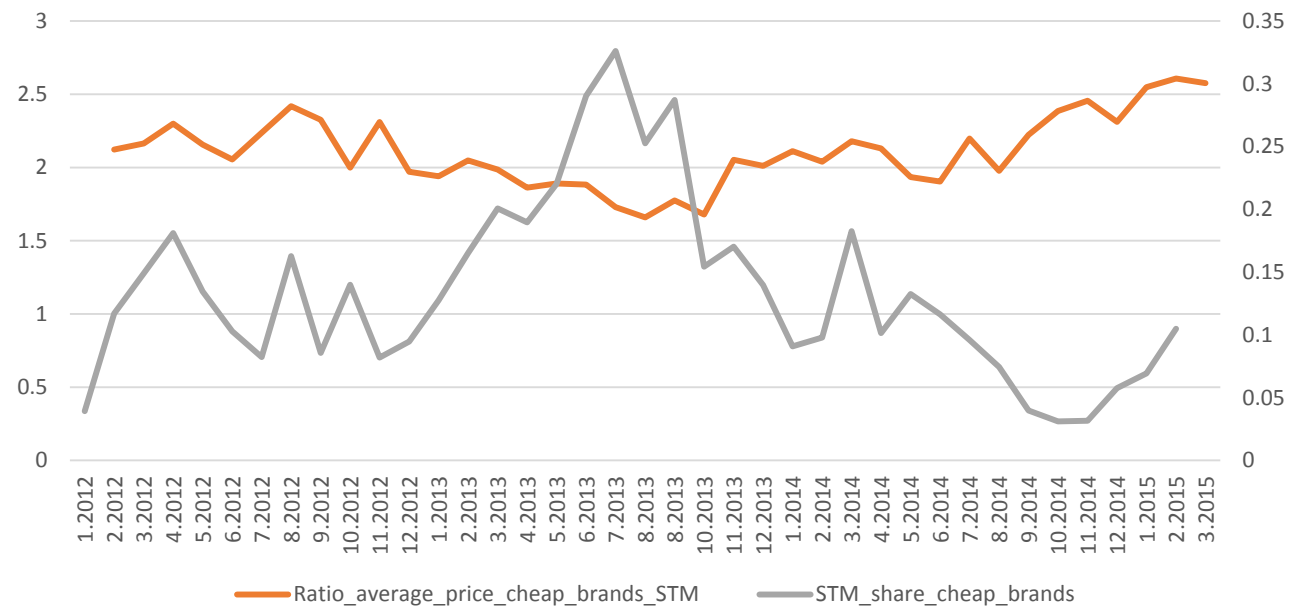
27



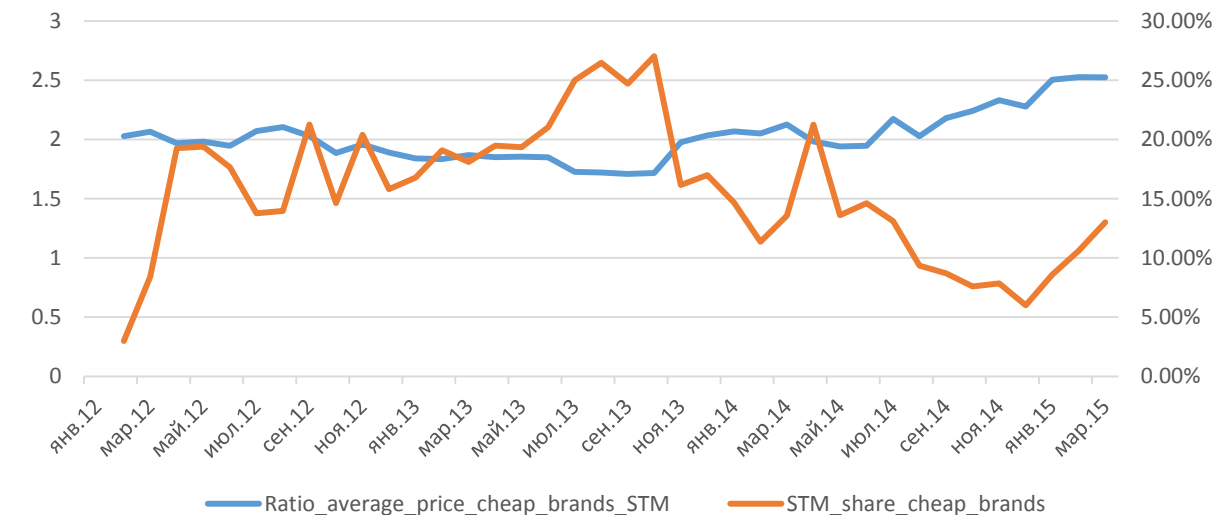
30



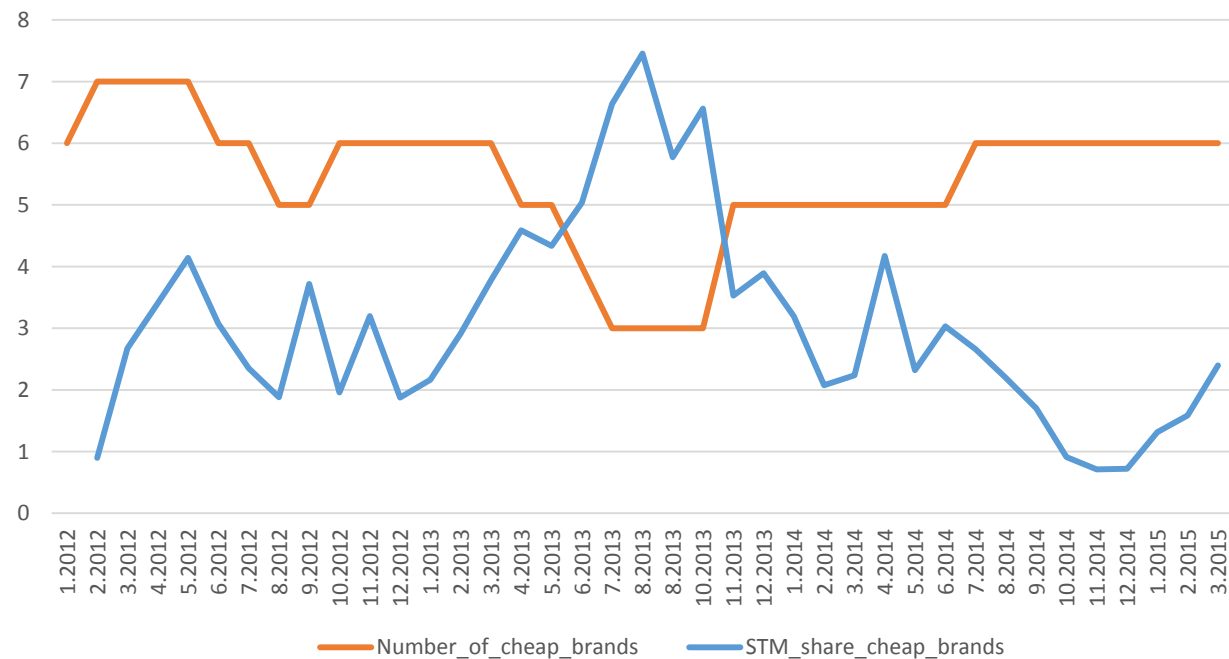
4



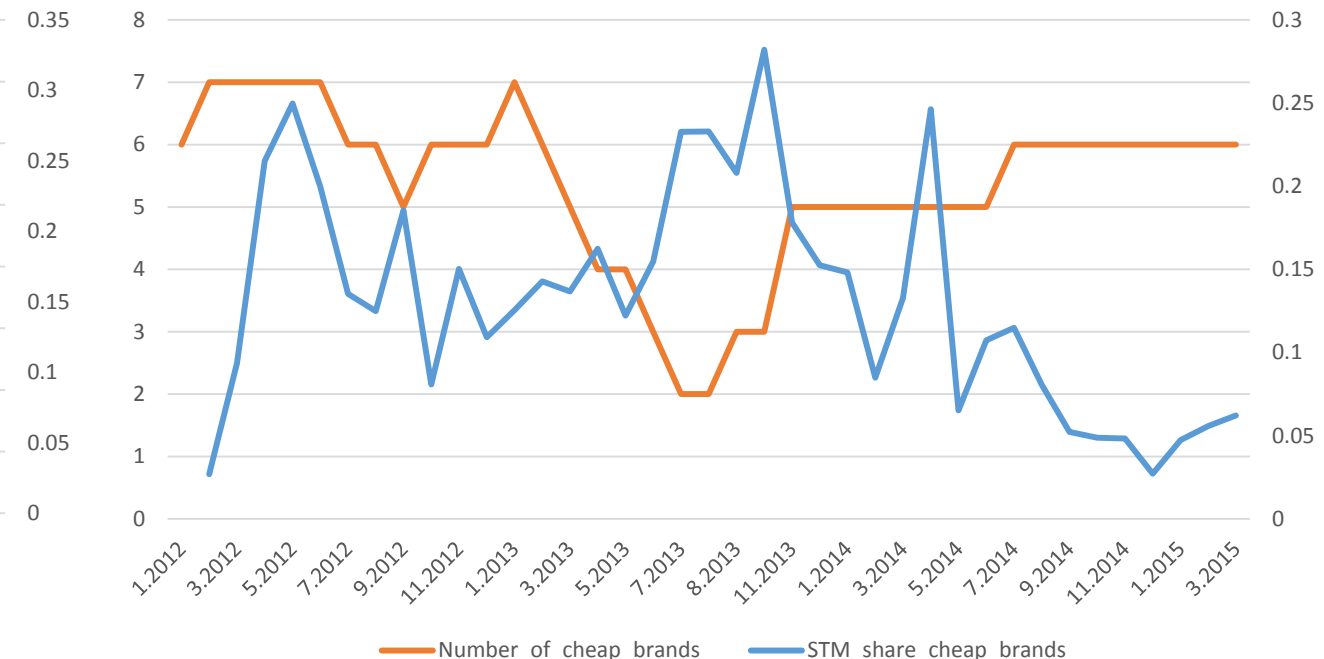
Доля СТМ и отношение цен среди дешевых брендов по
всем магазинам



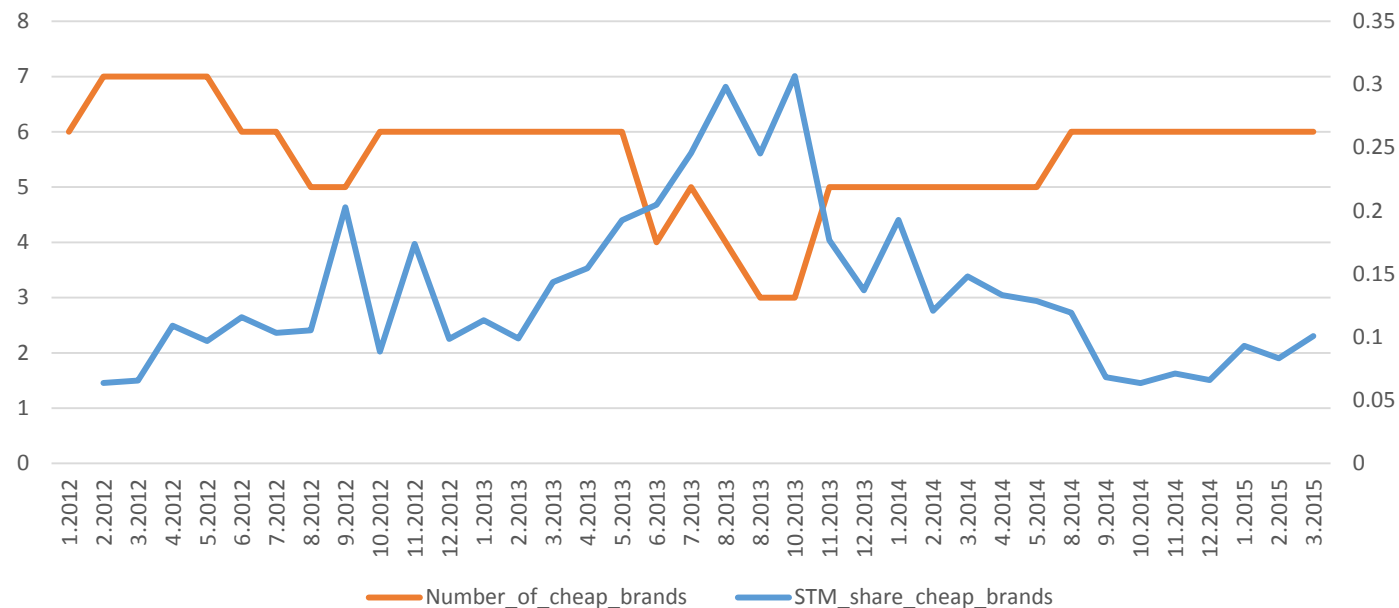
4

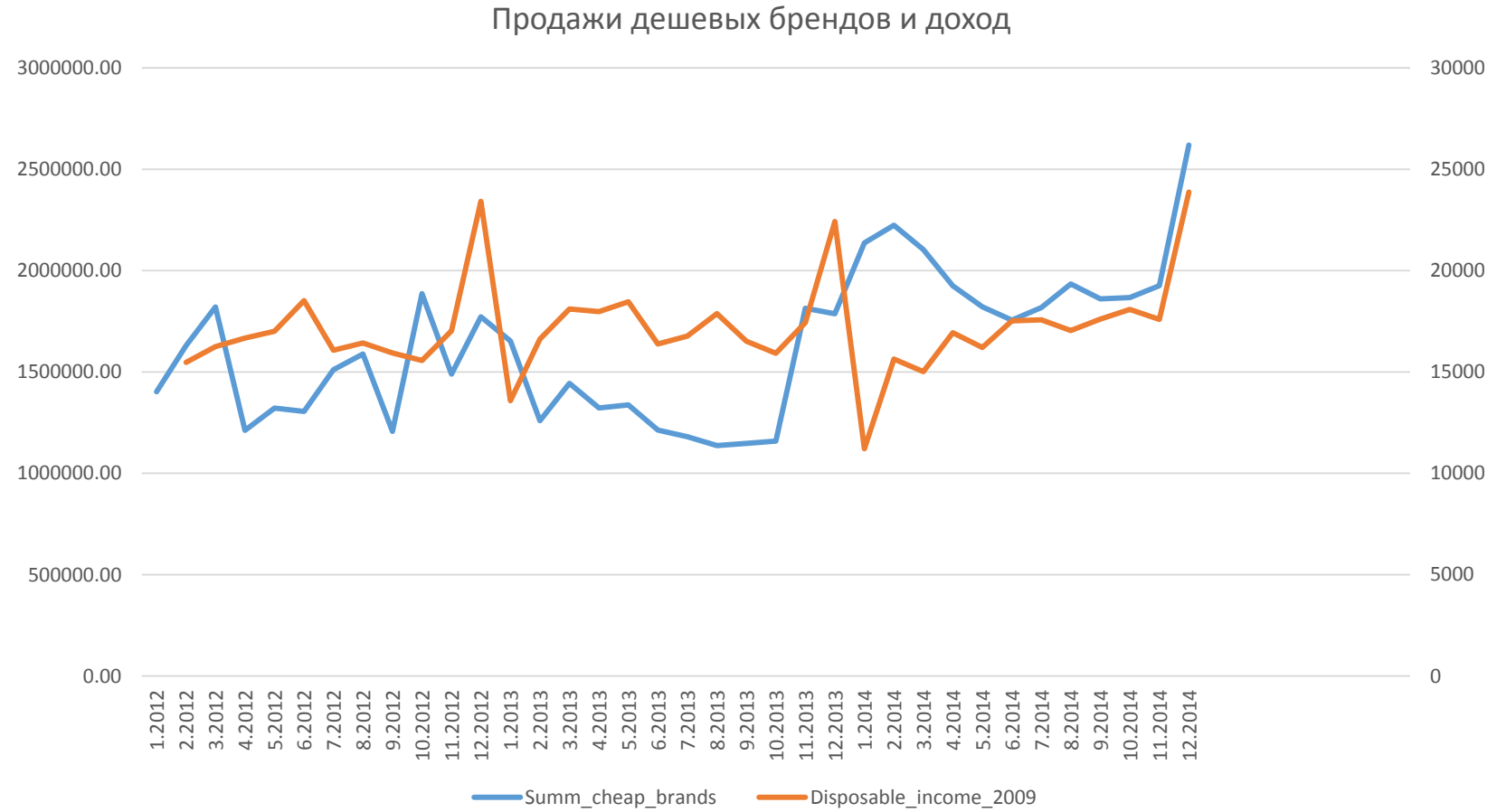


27



30

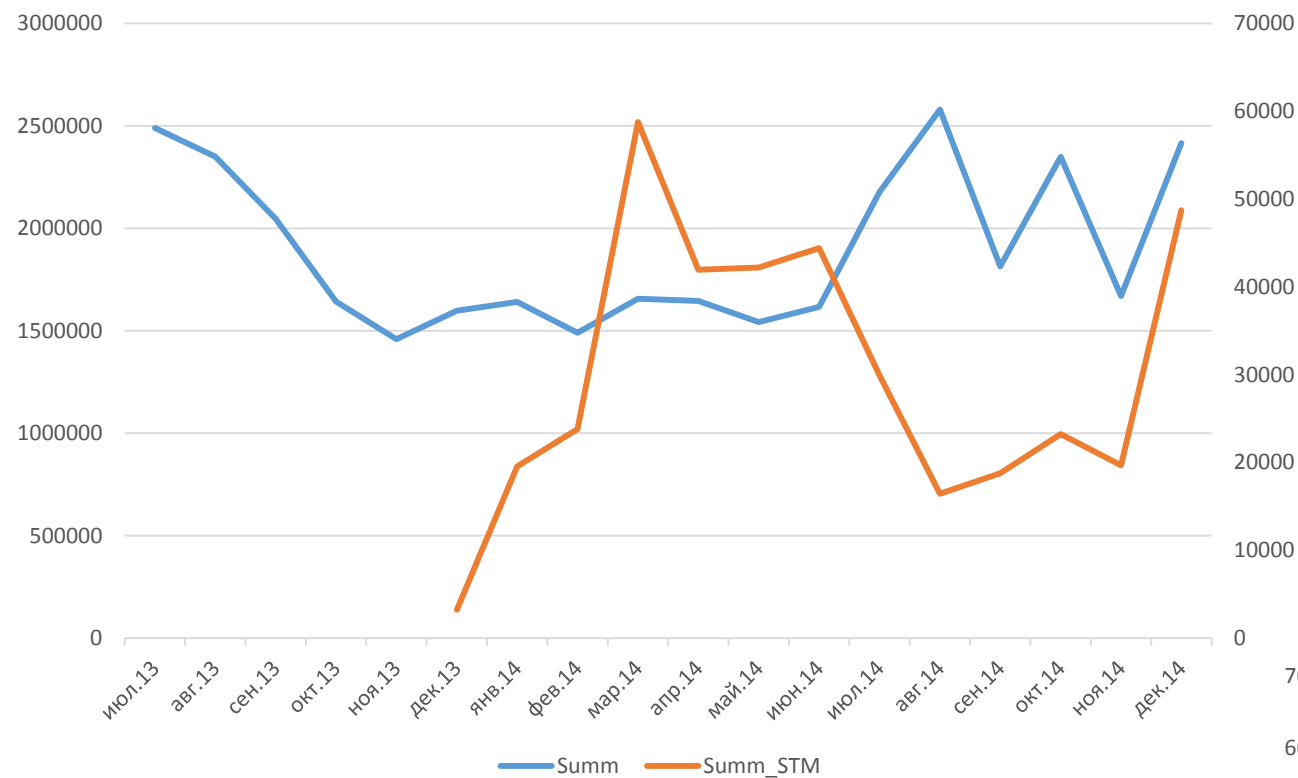




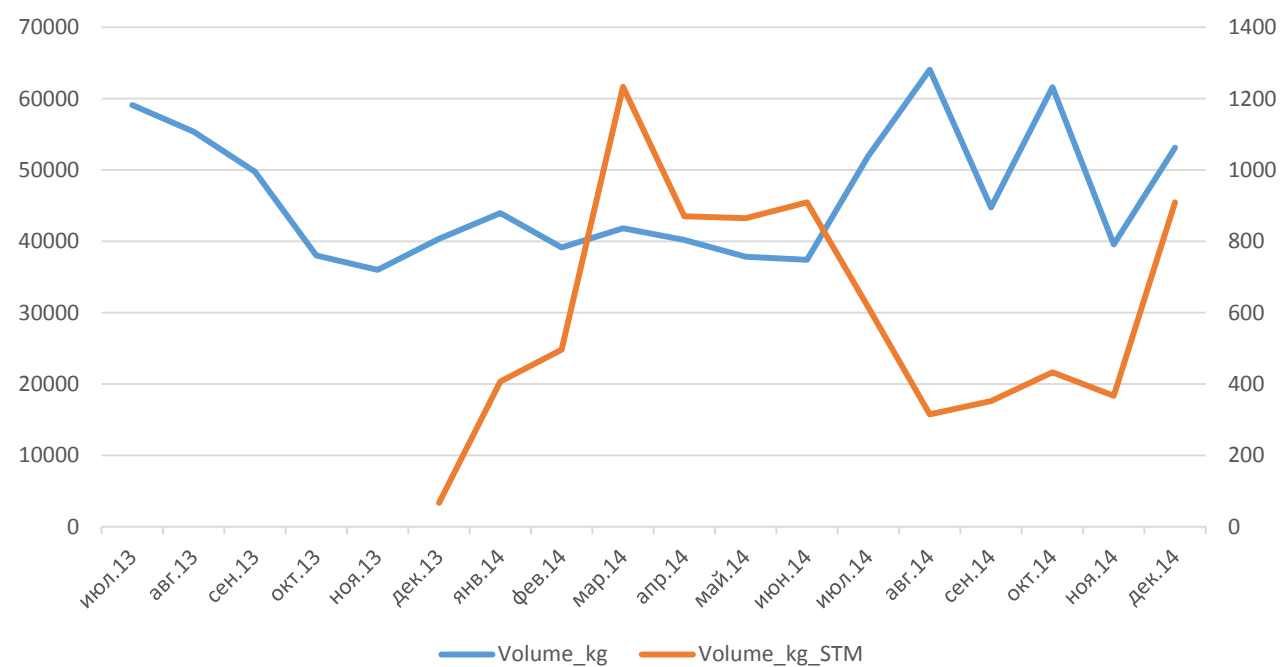
Сложить поквартально+доля деш

Сахар: вся категория

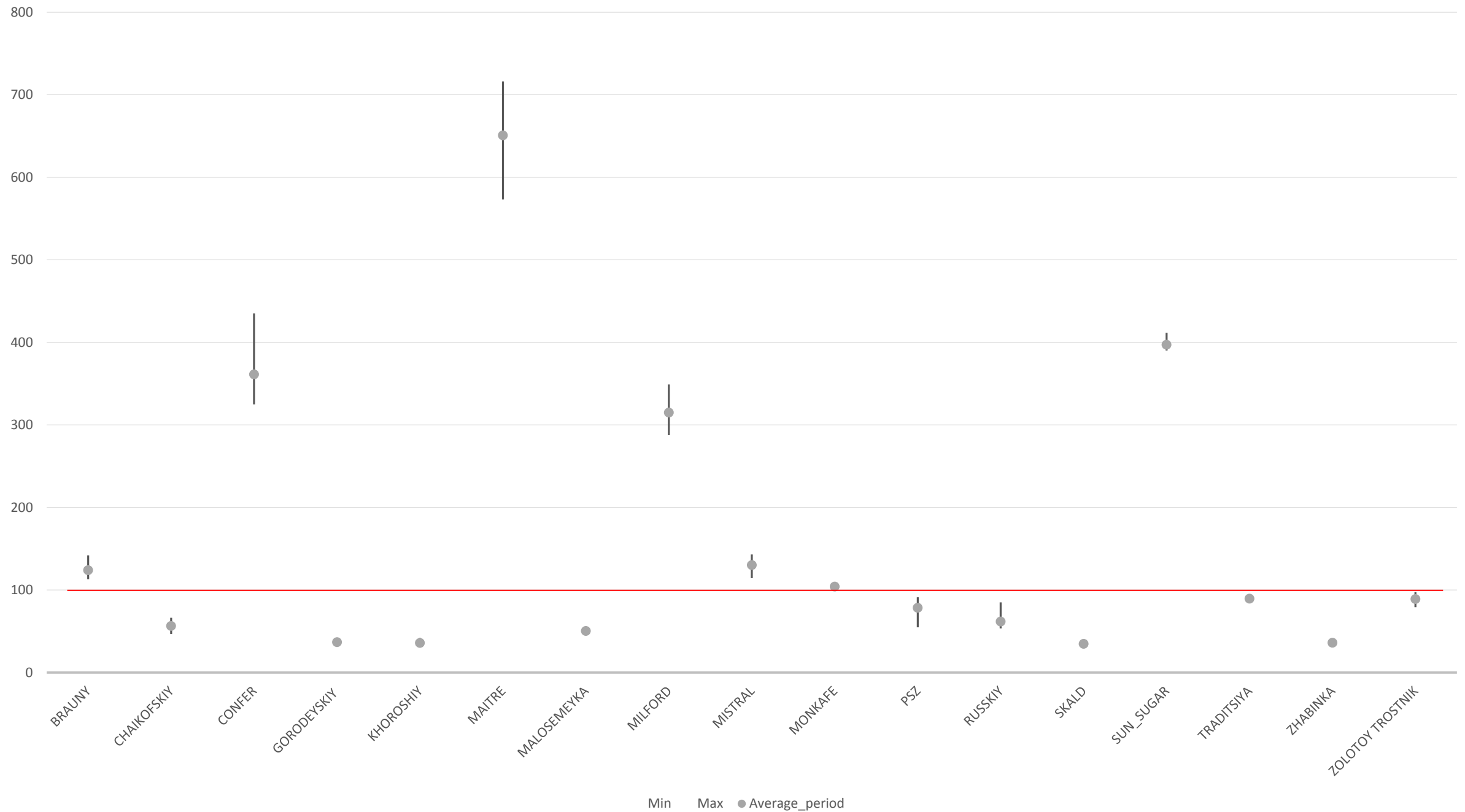
Продажи по всем брендам, руб.



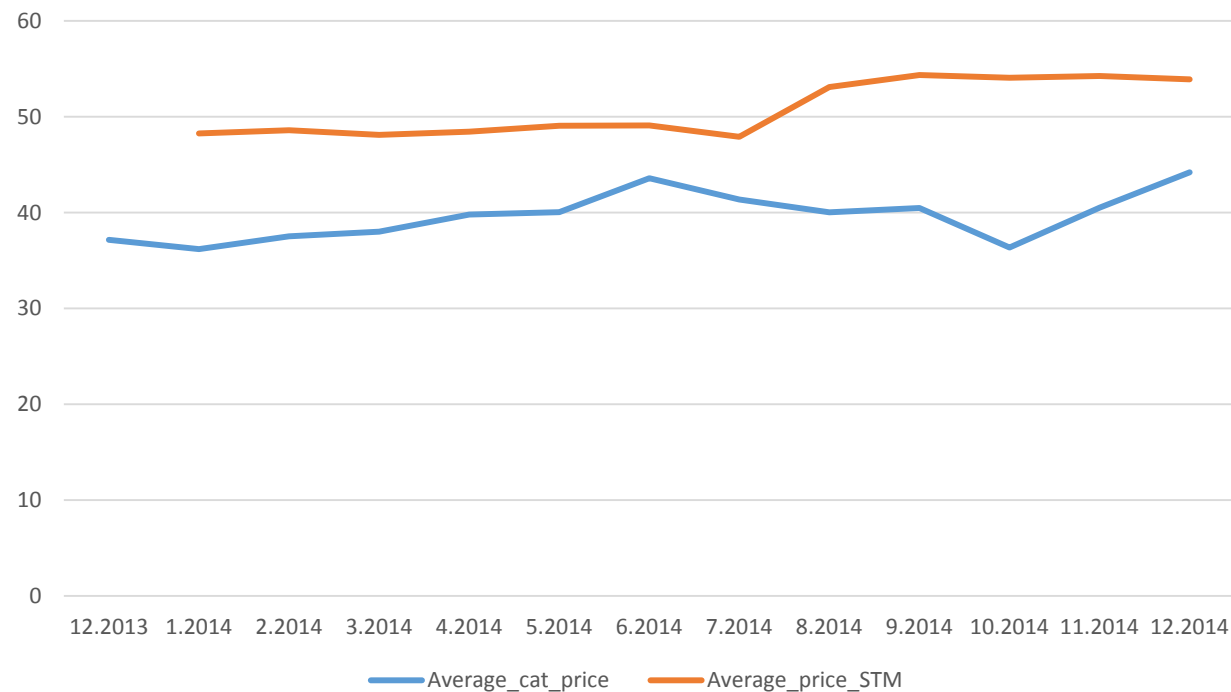
Продажи по всем брендам, кг



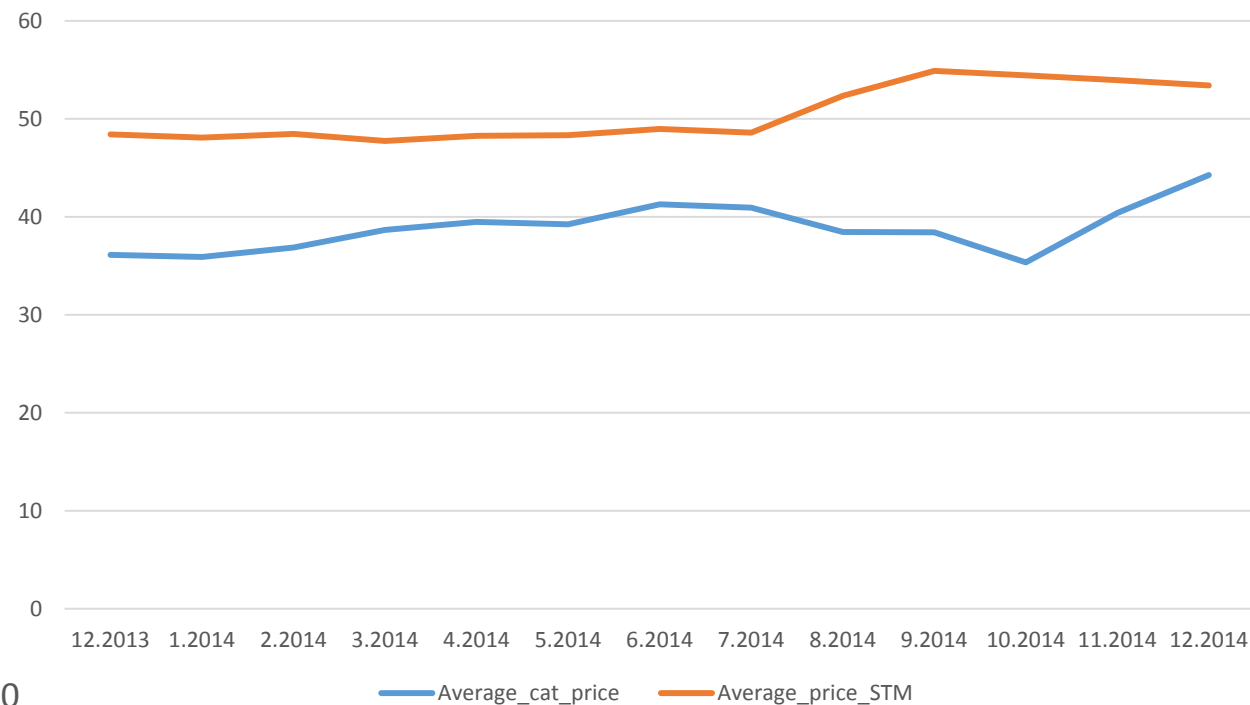
СРЕДНИЕ ЦЕНЫ БРЕНДОВ 2013-14



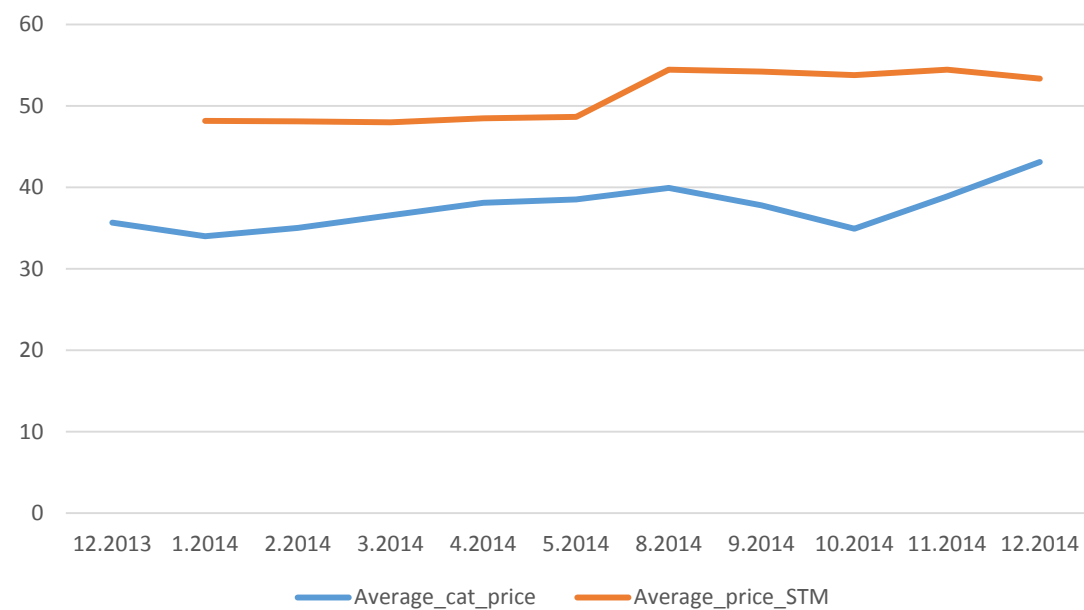
4



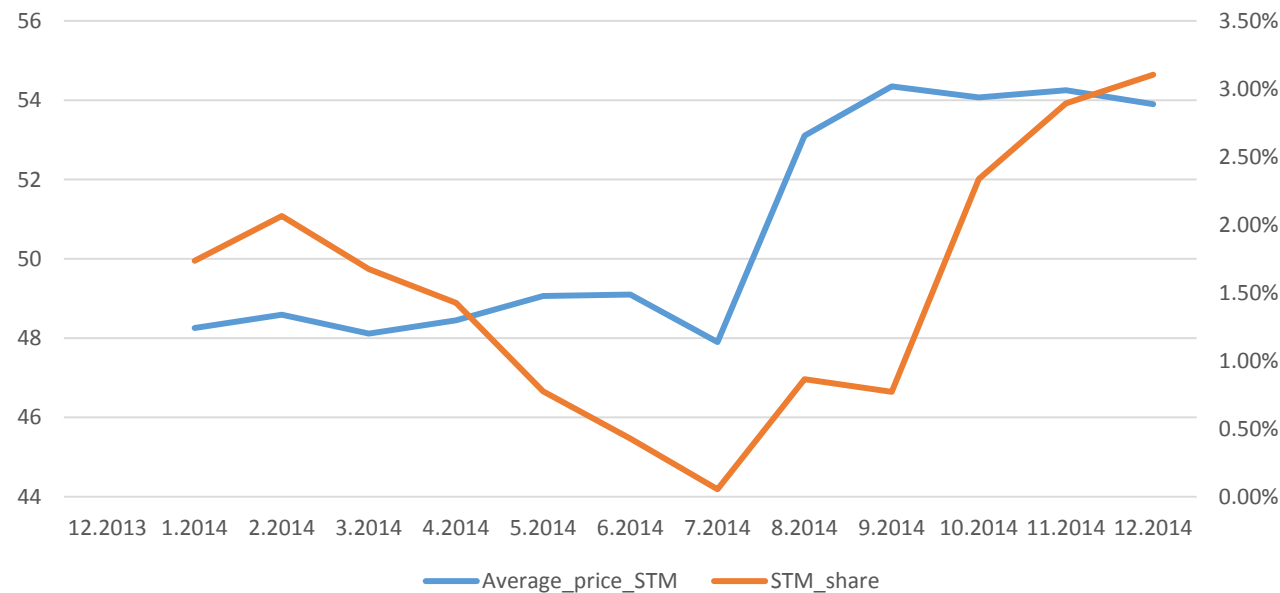
16



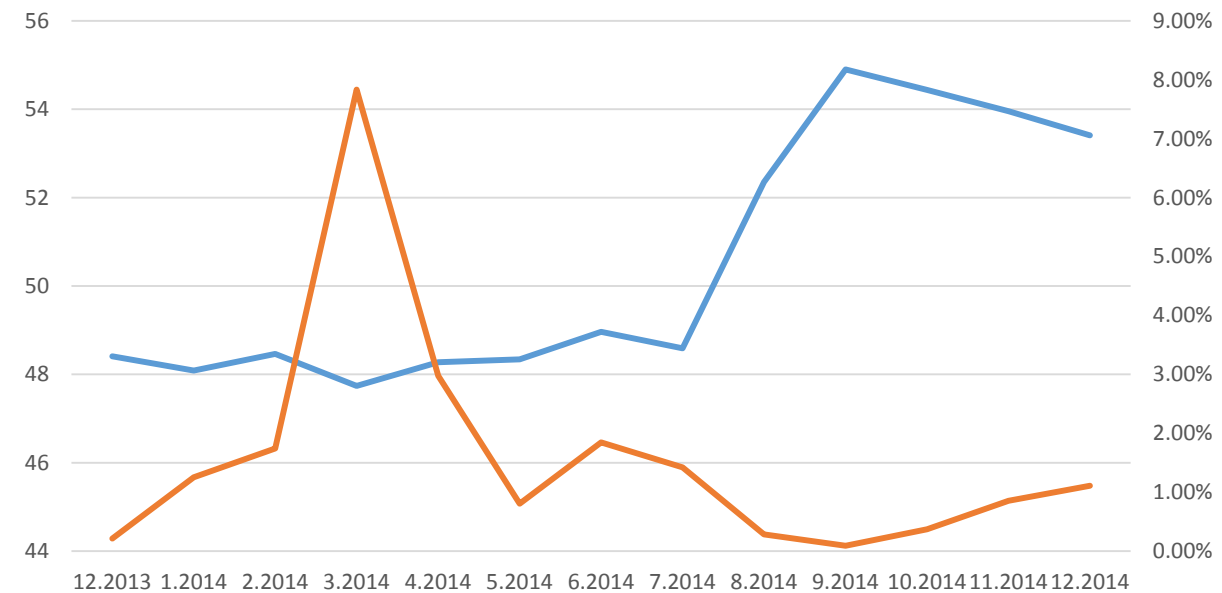
30



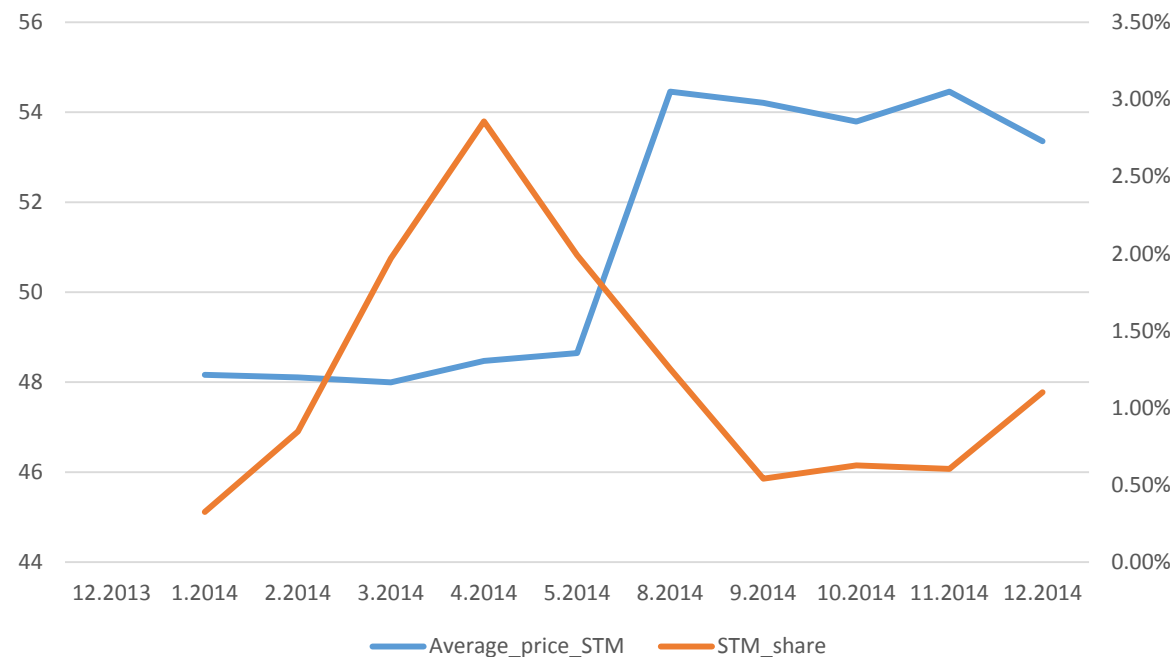
4



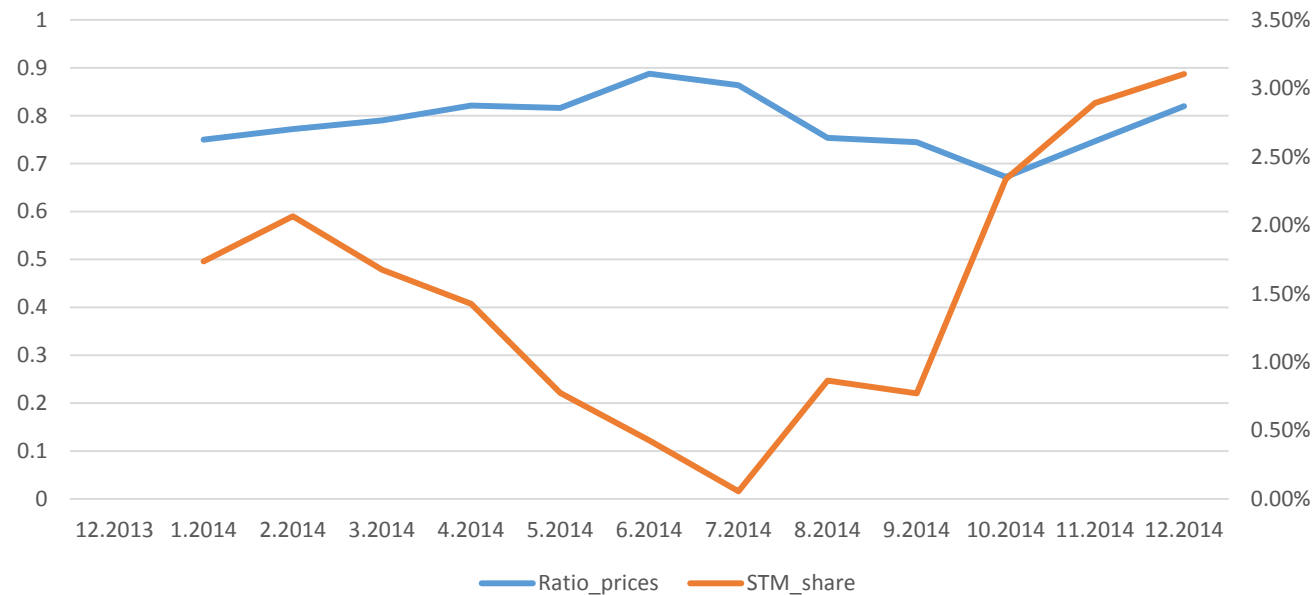
16



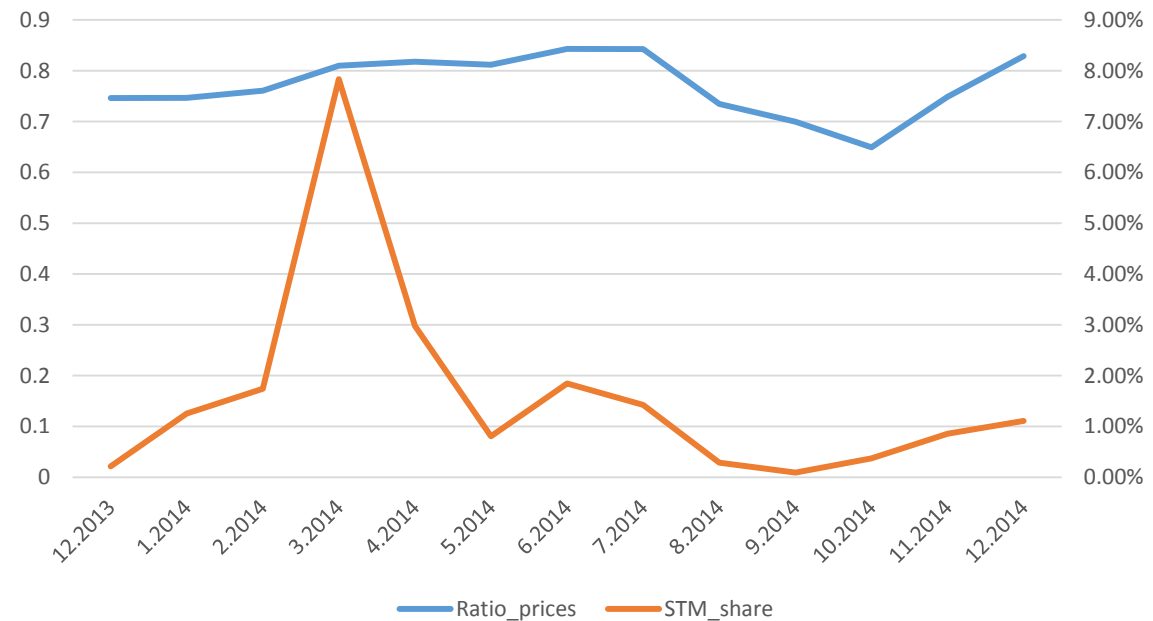
30



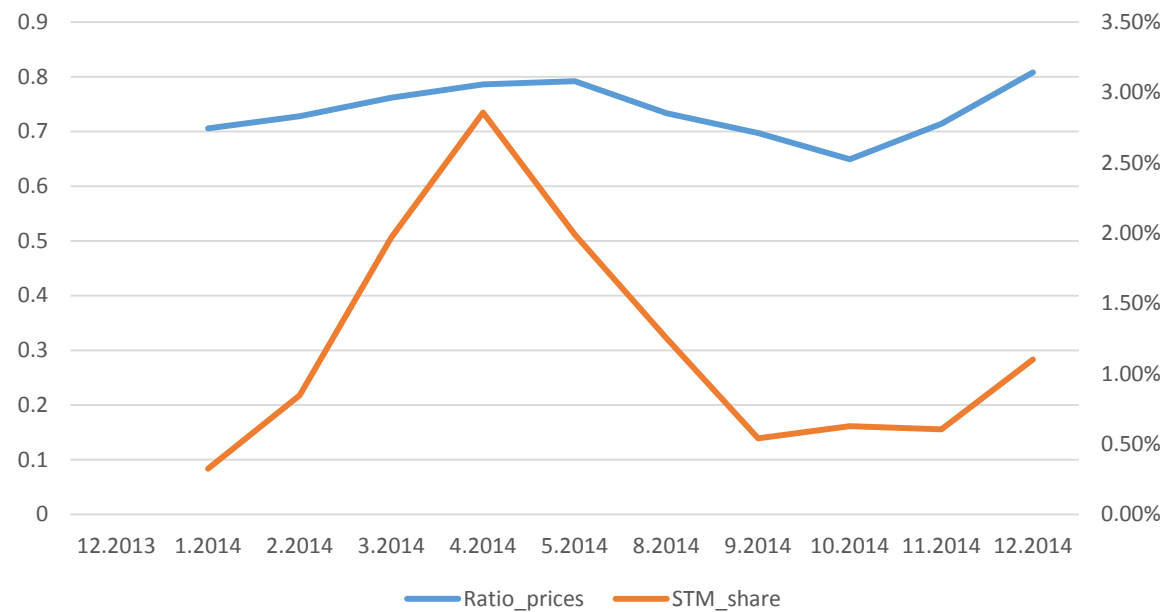
4



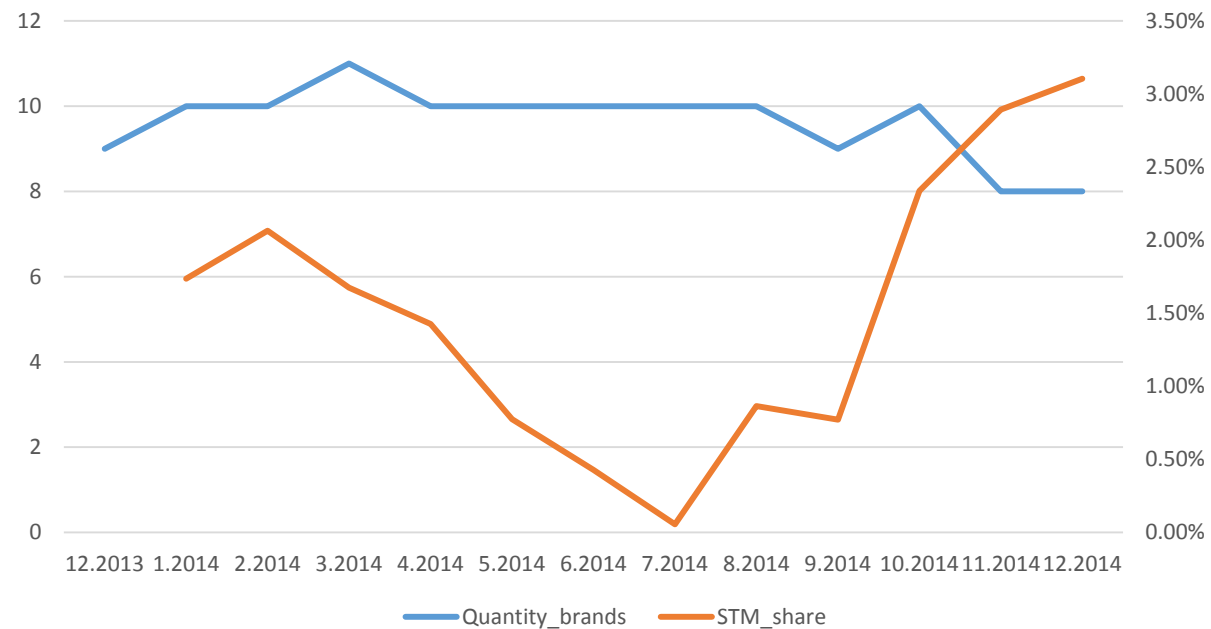
16



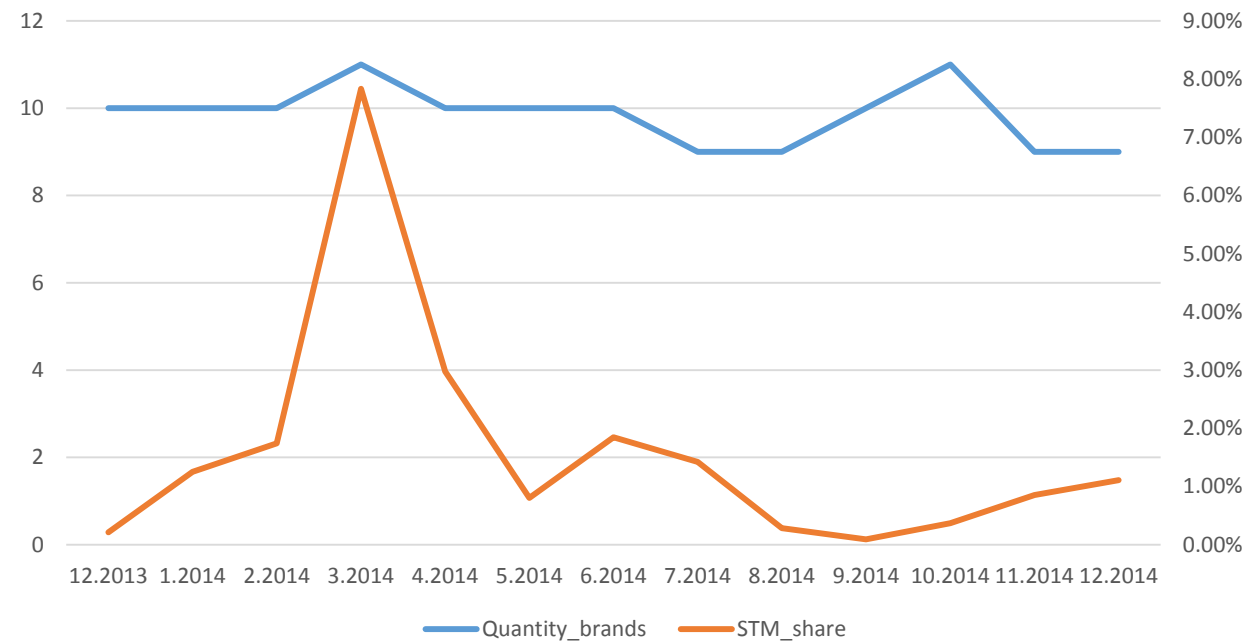
30



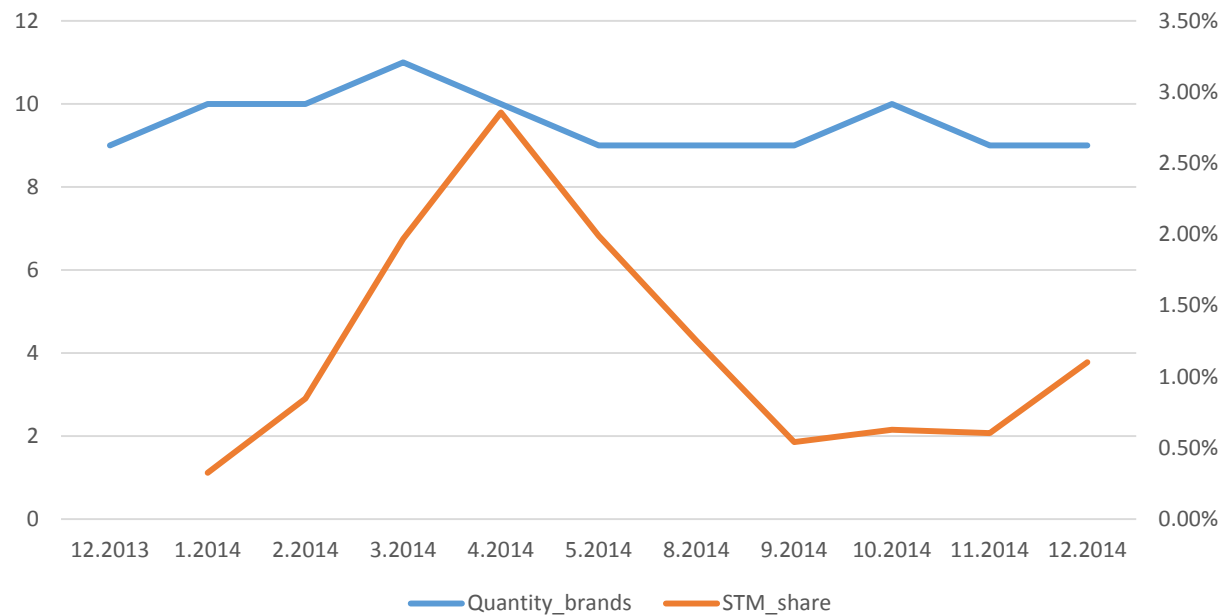
4



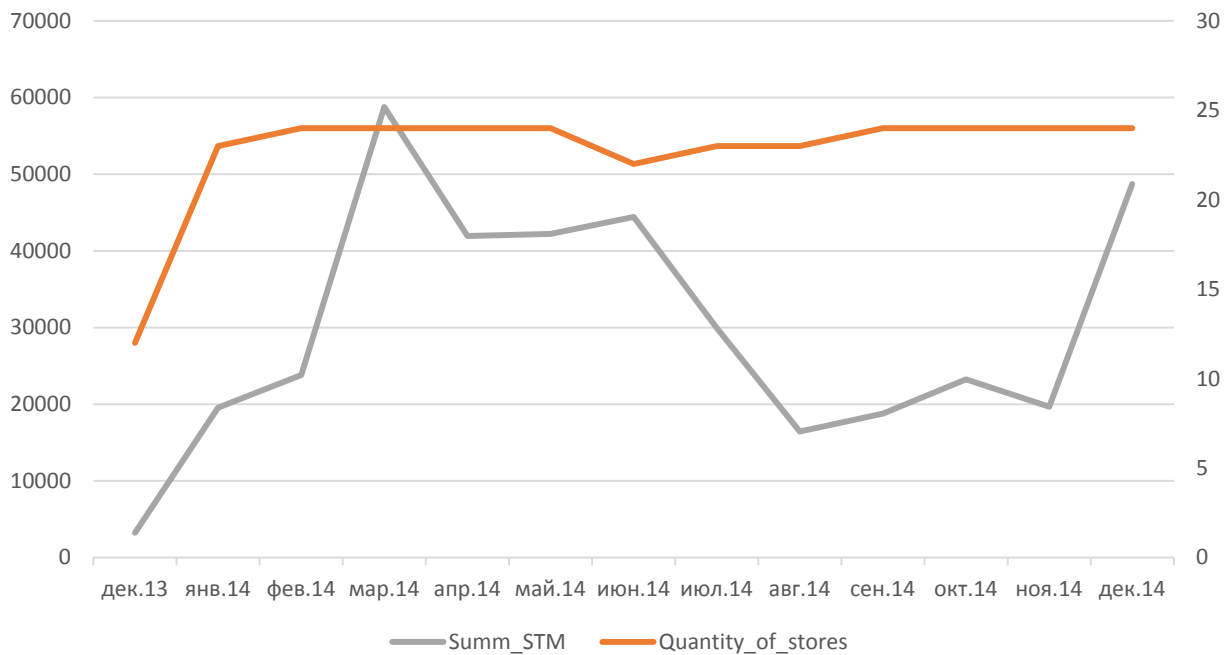
16



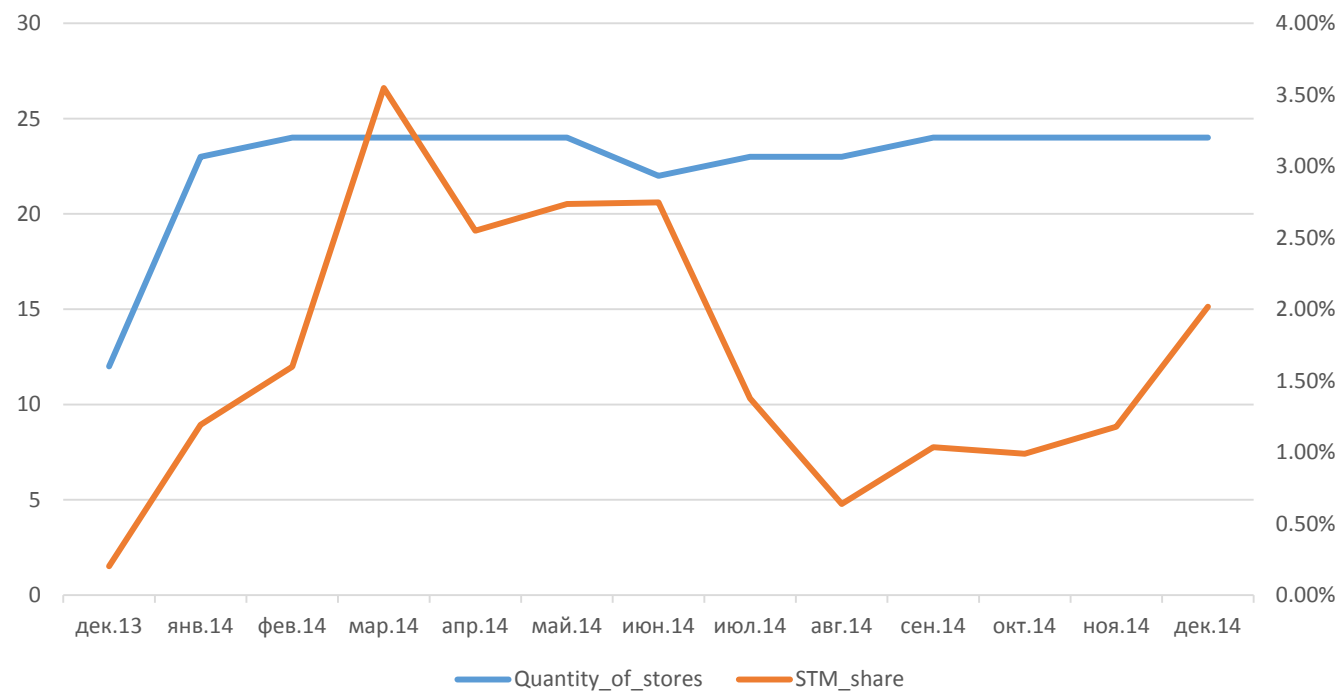
30



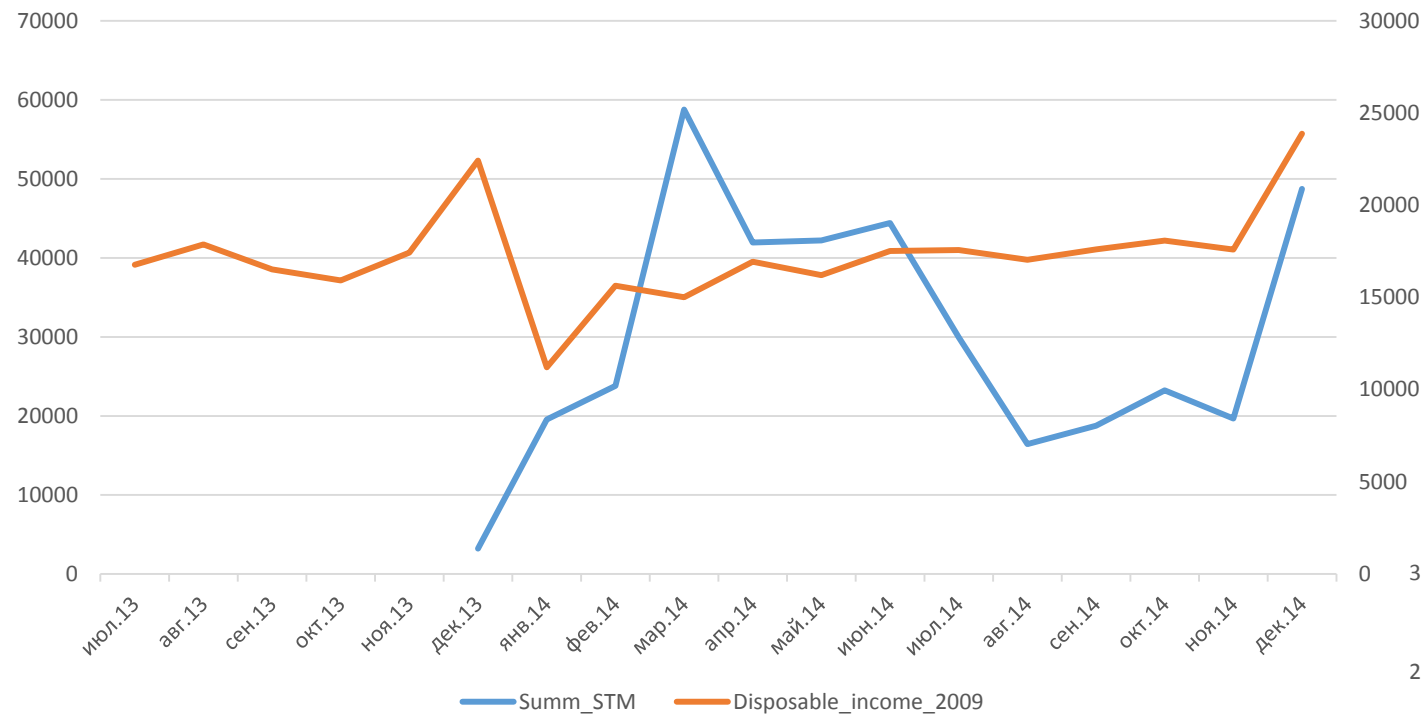
Продажи СТМ и кол-во магазинов, где она представлена



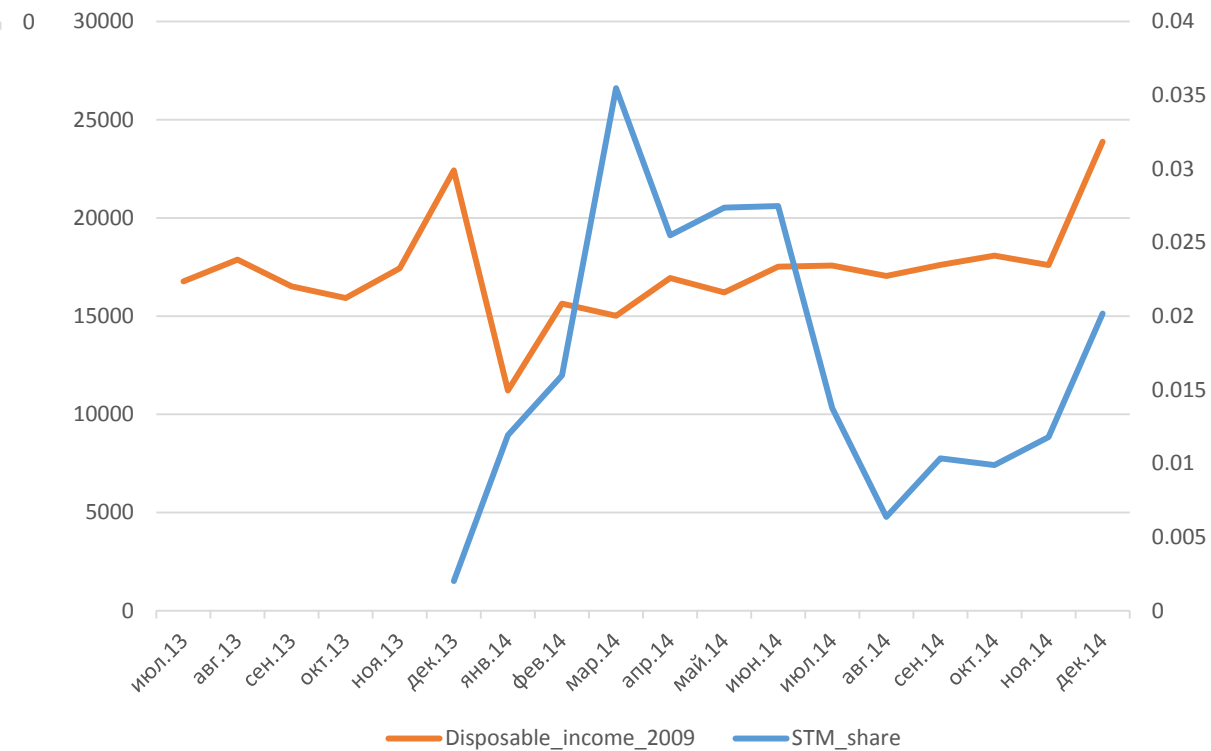
Доля СТМ и кол-во магазинов, где она представлена



Продажи СТМ и доход



Доля СТМ и доход



Сахар: низкий ценовой сегмент

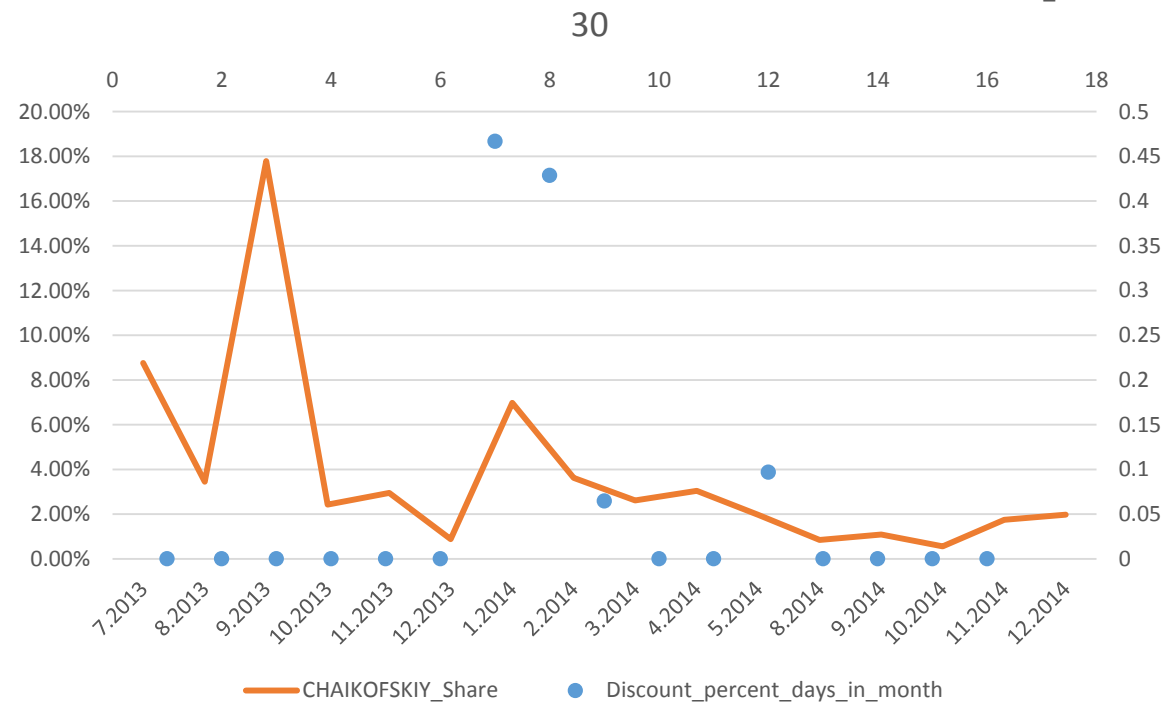
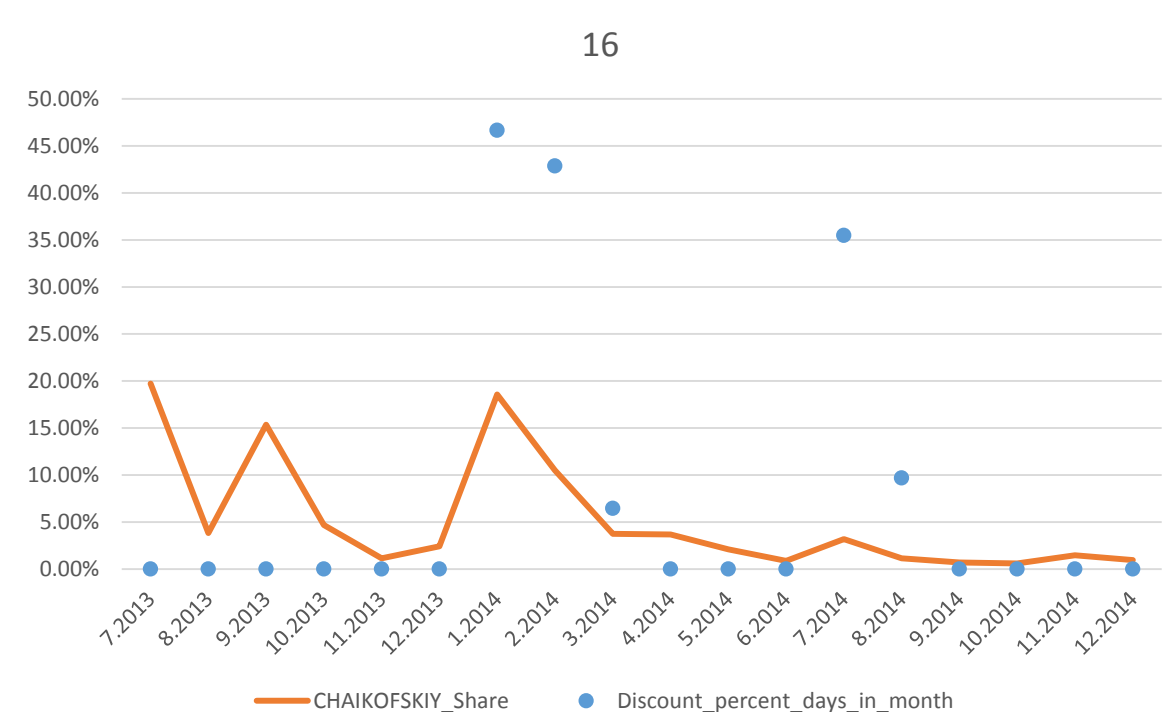
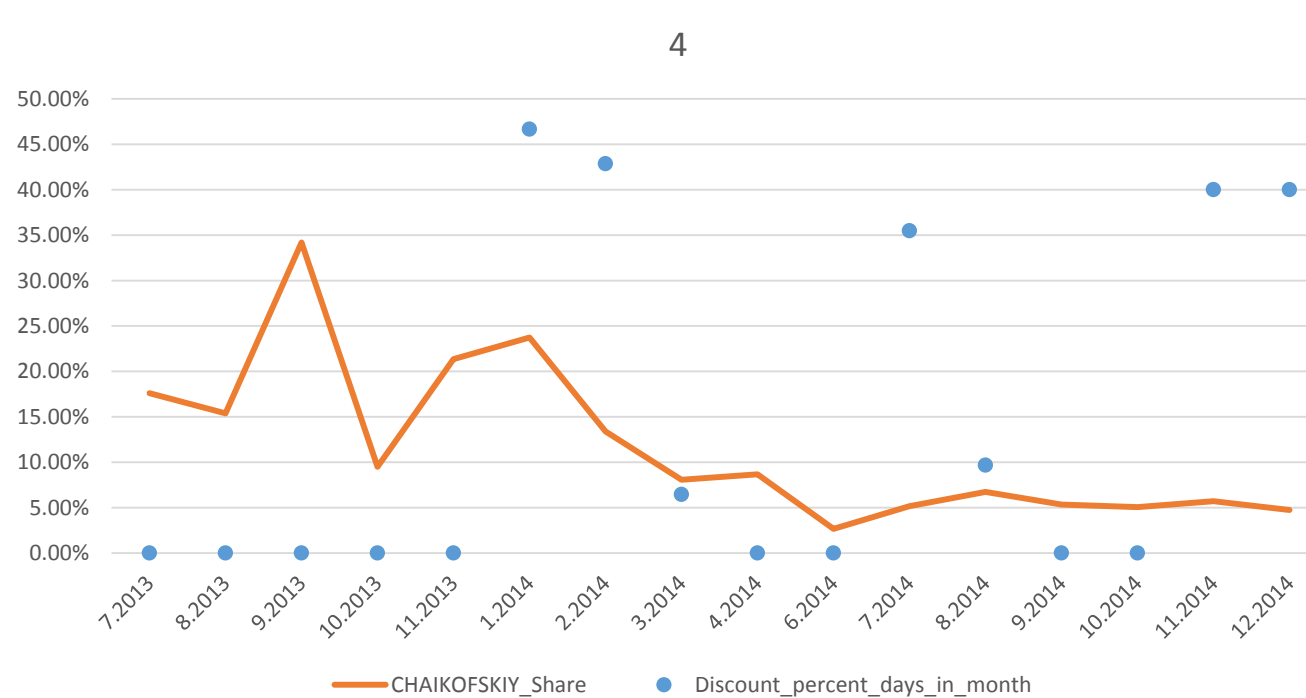
Продажи среди дешевых брендов, кг



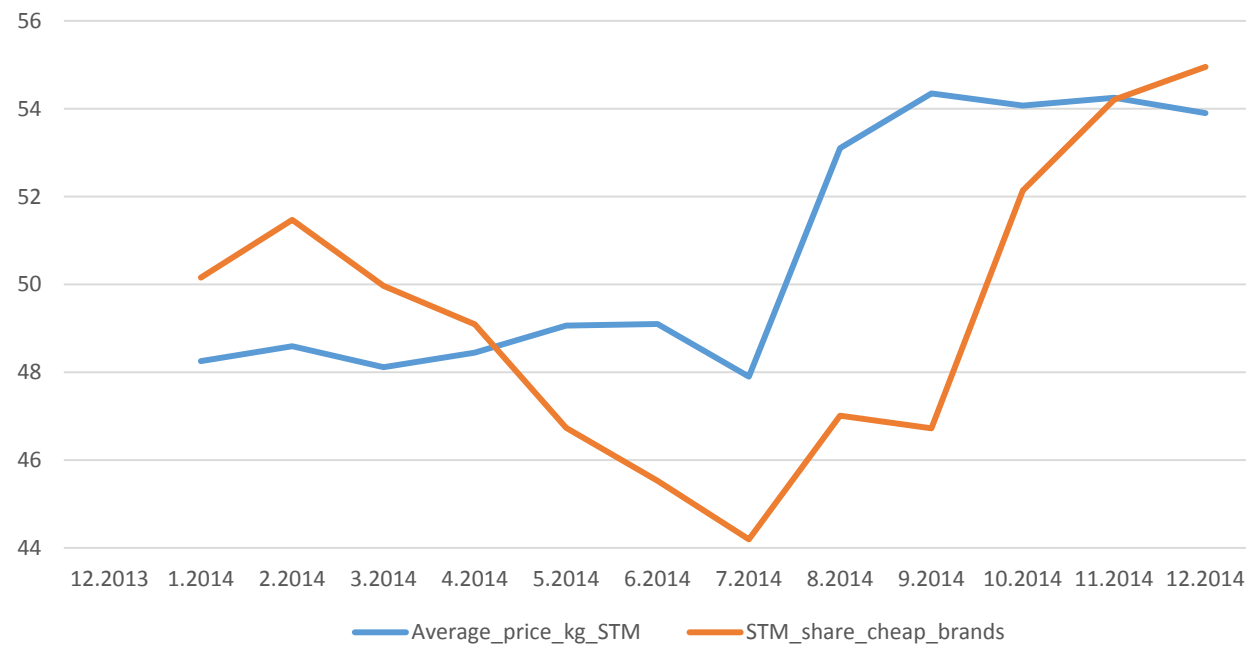
Продажи среди дешевых брендов, руб.



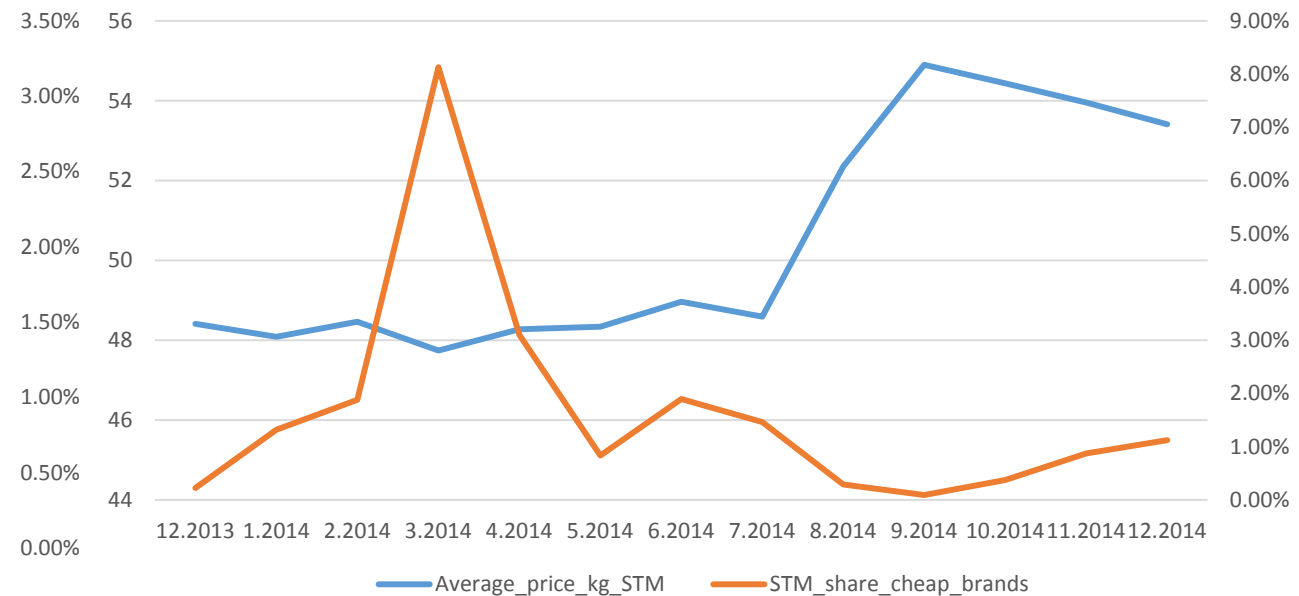
- Убрать непоказательные графики (их в приложения)
- Сахар сложно интерпретировать из-за малой доли
- С графиком не увлекаться
- Показательные в текст
- Модель со стрелками: что на что влияет
- Показательные графики крупнее
- Общий вывод по акциям
- Вместо Городецкого Малосемейка
- В связи с увеличением брендов окт 2014 продажи в категории выросли, но доля СТМ упала



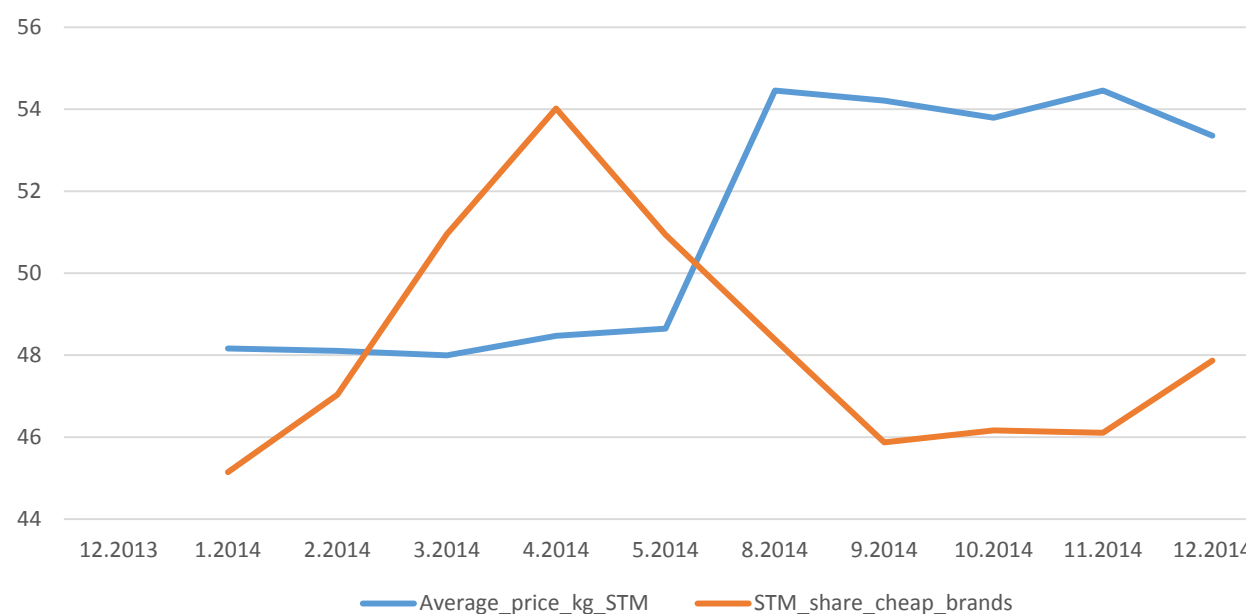
4



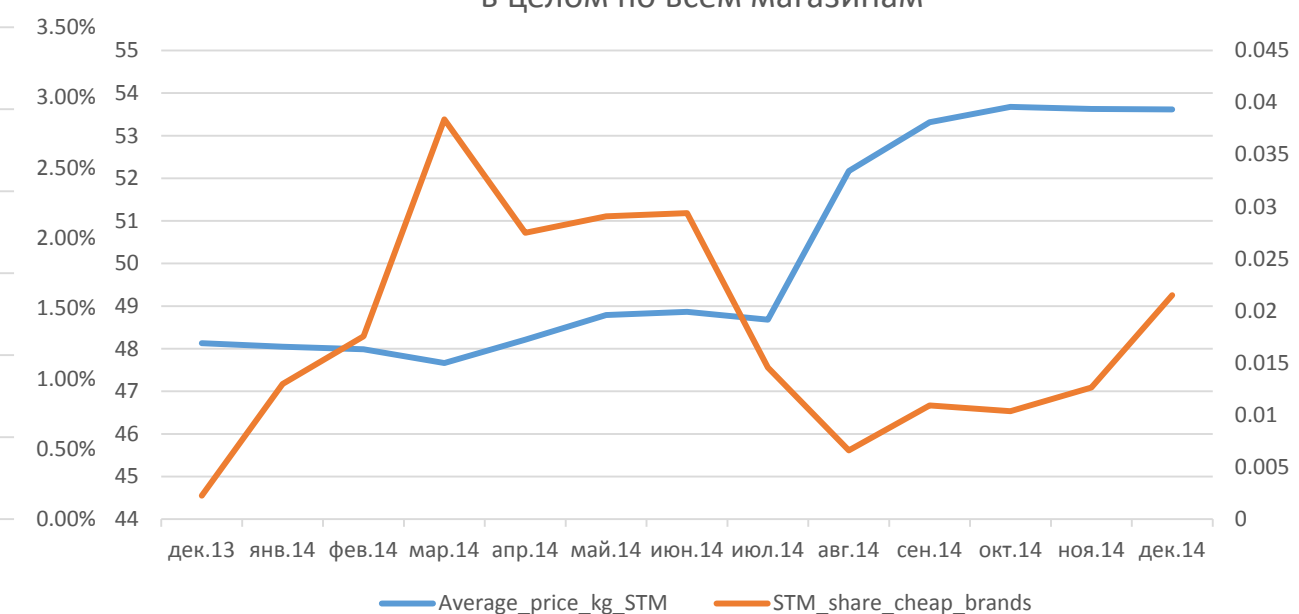
16



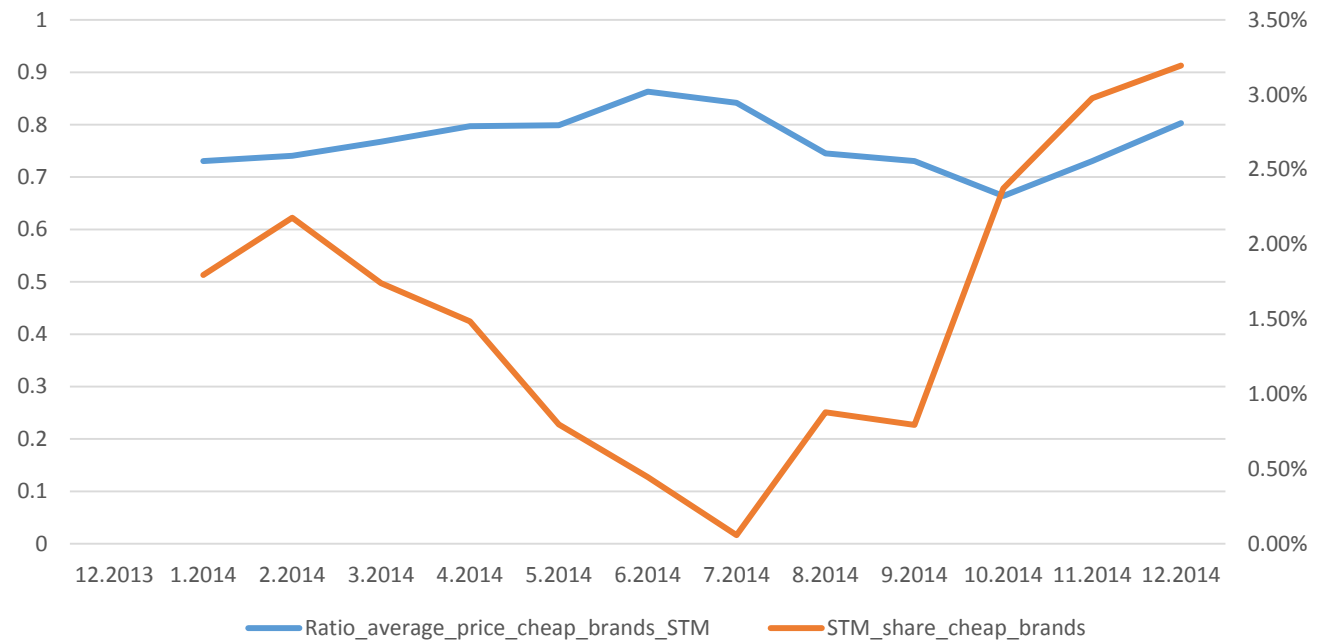
30



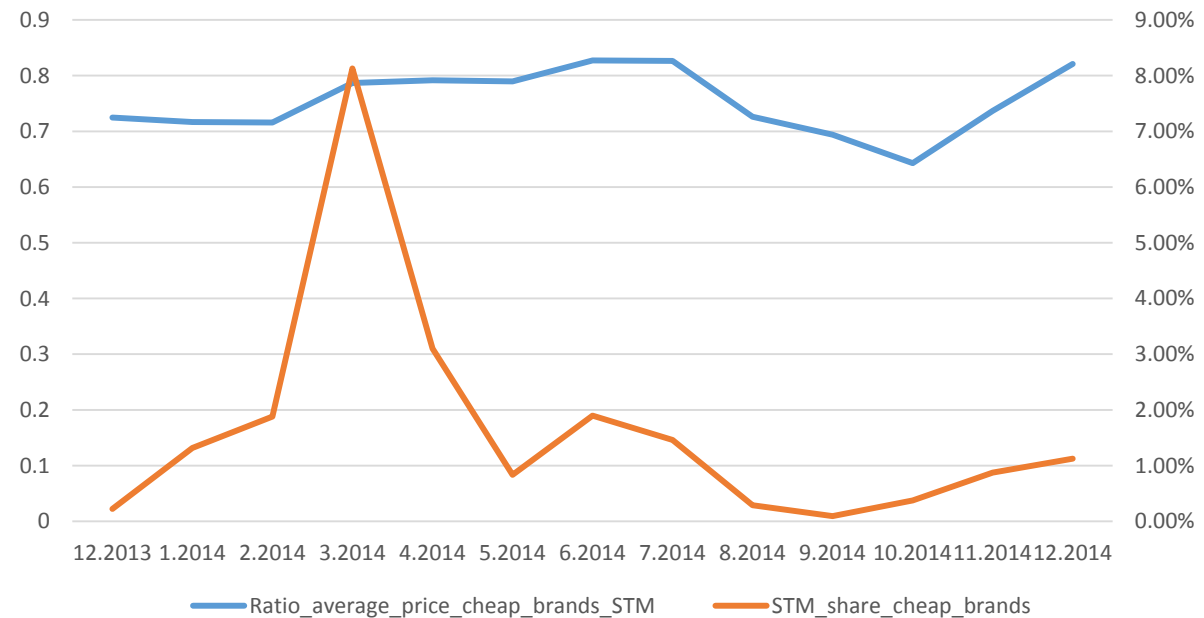
Доля СТМ в категории брендов низкого ценового сегмента в целом по всем магазинам



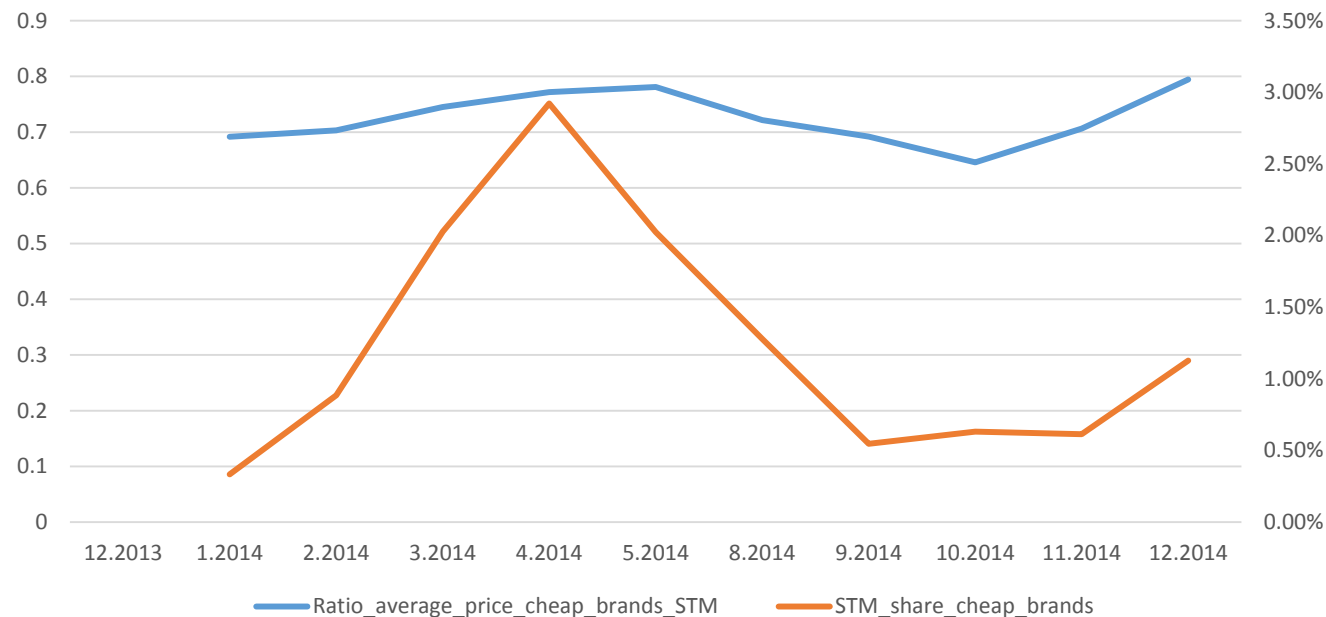
4



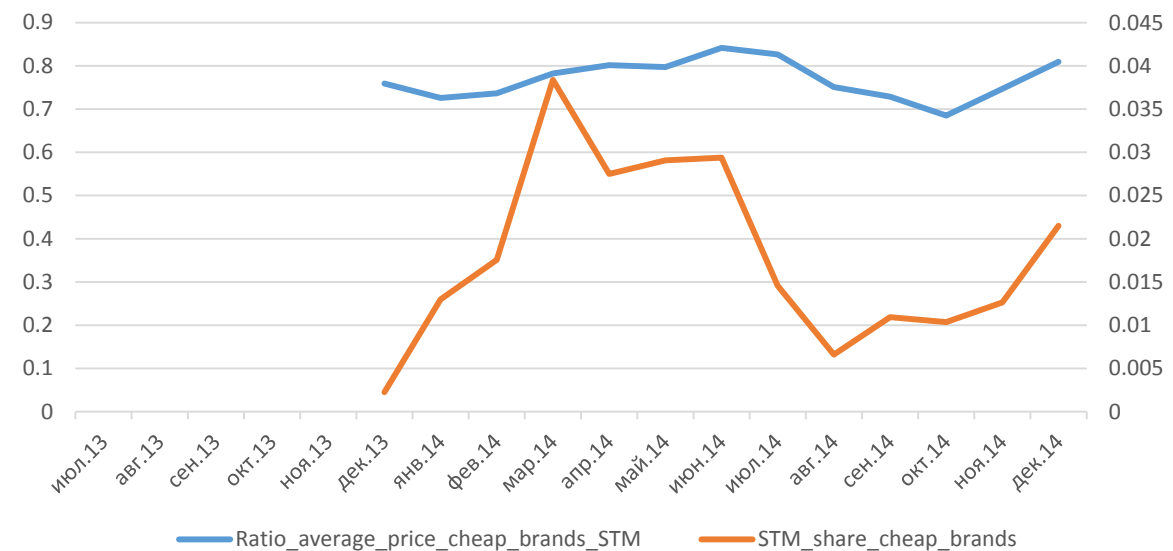
16



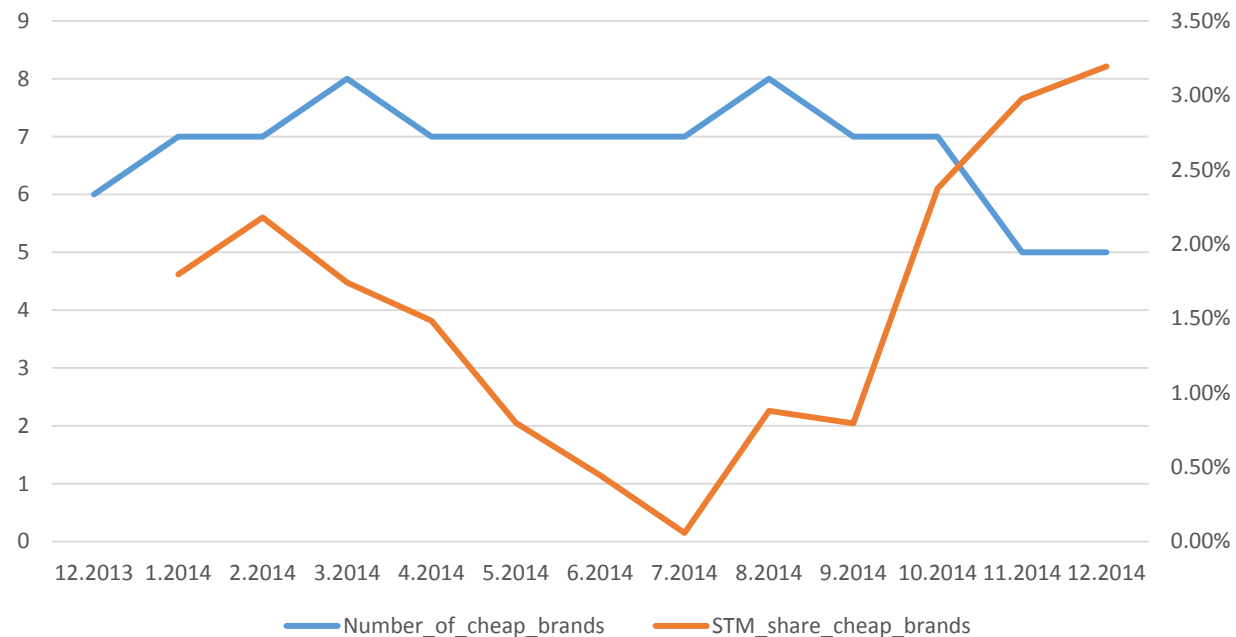
30



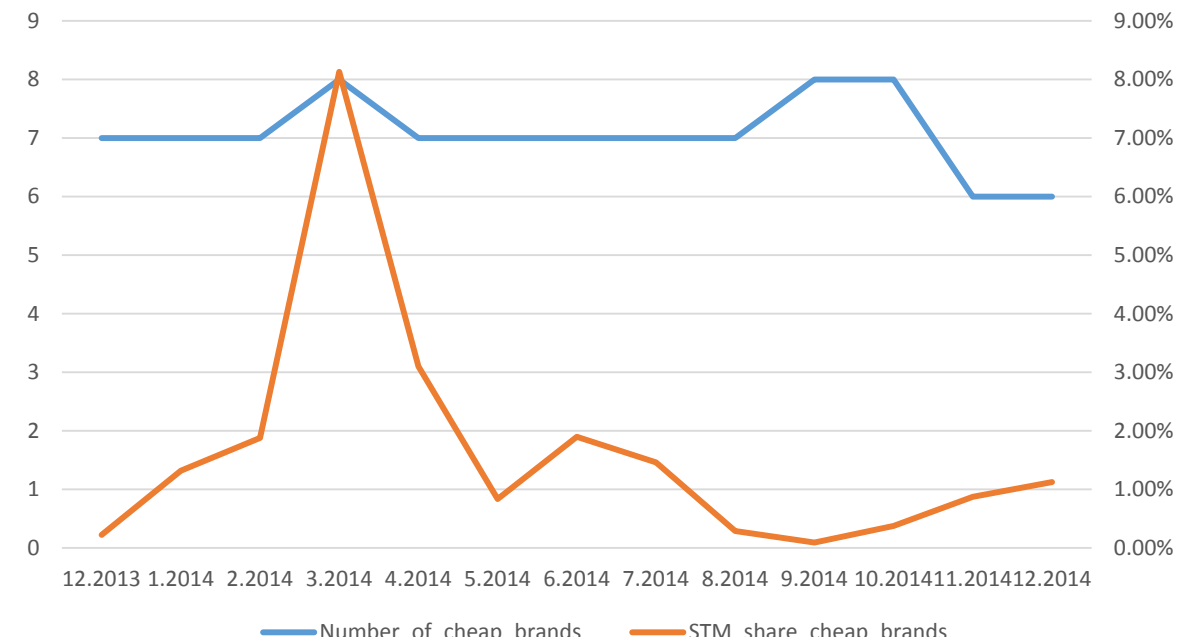
Отношение средней цены низкого ценового сегмента к
средней цене STM и ее доля по всем магазинам



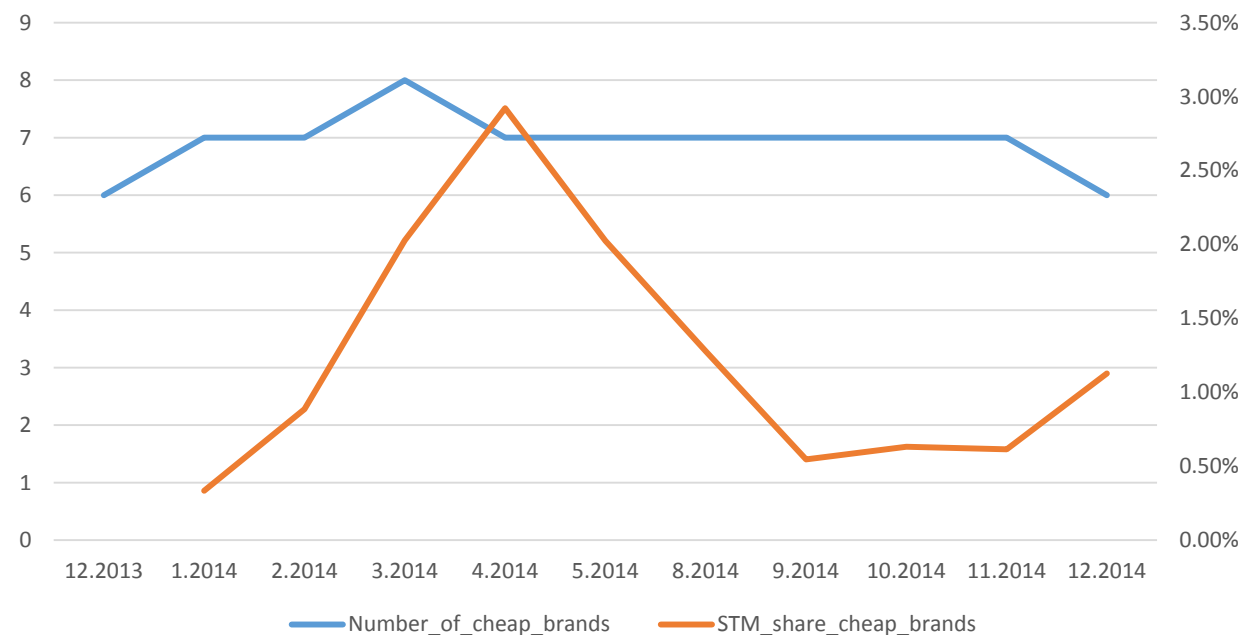
4



16



30



Продажи среди дешевых брендов и доход

