

emnos en la Cumbre Mundial del Sector Alimentario del CIES en Nueva York

"Actuación sobre la comprensión del comprador como ingrediente vital para el éxito del minorista"

emnos ha tenido el honor de participar en la Cumbre Mundial del Sector Alimentario anual del CIES, que tuvo lugar en Nueva York, los días 17 a 19 de junio de 2009. La Cumbre reunió a más de 650 consejeros delegados y ejecutivos superiores de los principales fabricantes y distribuidores de bienes de consumo y alimentarios de 40 países durante tres días de intensos debates e interacción. La cumbre, pasando por la rapidez y agilidad a la simplicidad y concentración, trató de desvelar las mejores herramientas para triunfar en tiempos difíciles.

En una sesión especial el 17 de junio de 2009, emnos demostró que la actuación sobre la comprensión del comprador es un ingrediente vital para el éxito del minorista. Gerhard Hausruckinger, Consejero Delegado de emnos, presentó los primeros resultados de una reciente investigación realizada por emnos que muestra el impacto de la recesión sobre los clientes minoristas en cuatro mercados europeos. Emnos ha analizado los datos de transacciones de más de 20 millones de compradores en el Reino Unido, Francia, España y Alemania y ha identificado algunas tendencias generales en todos los mercados: la lealtad del comprador y la frecuencia de compra están descendiendo, al tiempo que aumenta la presencia de productos de marca blanca en la cesta de la compra. En España, que está más afectada por la crisis, pueden observarse grandes cambios en la cesta de la compra, por ejemplo, los clientes con presupuesto se han pasado a los productos en multi-pack y a paquetes de tamaño mayor tamaño y añaden más productos de marca blanca a sus cestas.

¿Cómo han afrontado distintos minoristas estos retos? Patrick Rouvillois, Director de Marketing del cliente de emnos, Carrefour, presentó algunos ejemplos de cómo una nueva gama de descuentos y optimizaciones en la distribución y disposición de las tiendas basada en los conocimientos de los clientes ayuda a retener clientes. Robert Diamond, Consejero Delegado Regional para el Reino Unido e Internacional de emnos añadió más ejemplos del mercado minorista británico. Mostró, por ejemplo, cómo el cliente de emnos, Waitrose, consiguió retener y aumentar sus clientes existentes elevando sus productos de marca blanca al estatus de una marca mediante promociones dedicadas y desarrollo de producto.

La presentación de emnos fue muy bien recibida por el público de la Cumbre Mundial del Sector Alimentario, lo que se refleja en la evaluación positiva de los delegados: emnos recibió una puntuación de 4 sobre 5 lo que, de conformidad con los organizadores, es una de las puntuaciones más altas de las sesiones especiales que ha tenido la Cumbre en su historia. Los minoristas fueron el grupo que más apreció la presentación; le dieron una puntuación de 4,6 puntos.

Más información sobre el evento: www.ciessummit.com