

settembre 2007

Ferrero e Müller adottano Intelshelf® come servizio di monitoraggio remoto dei consumi GDO a scaffale

A conferma delle potenzialità del servizio Intelshelf, Ferrero e Müller, leader di mercato nei loro settori, hanno deciso di utilizzare il servizio "Intelshelf powered by Garrisonpop" per mantenere ed aumentare il vantaggio competitivo attraverso l'innovazione.

Infatti Intelshelf è uno strumento innovativo che permette di avere una lente di ingrandimento su tutte le attività "in store" e quindi un presidio molto forte dei punti vendita, fornendo analisi dettagliate a supporto decisionale. Tramite Intelshelf i produttori di beni di largo consumo potranno avere un vantaggio competitivo nella valutazione del ROI delle attività promozionali e pubblicitarie, del ROI degli spazi espositivi, nell'ottimizzazione delle azioni a scaffale, nel rafforzamento della loro posizione nei confronti della clientela GDO.

In particolare, Ferrero, nella prossima stagione autunnale, monitorerà alcune attività promozionali su alcu-

ne classi merceologiche di prodotto ed in un panel di punti vendita.

Contemporaneamente, Müller creerà un sistema di monitoraggio continuo su un panel significativo di punti vendita per dimensione ed insegna, al fine di ottimizzare i cicli di carico, i cicli di sell-out a scaffale, e gli spazi di vendita, sia nella gestione ordinaria che nella gestione promozionale.

Tali scelte permettono di affermare che Garrisonpop si pone all'avanguardia nel campo dell'uso della tecnologia Mobile & Wireless a supporto di azioni di marketing e category.

