

NAJNOWSZE WYNIKI PRODUCENCKIEGO BADANIA PRASY HANDLOWEJ 11/2024

HANDLOWCY PO LEKTURZE „PORADNIKA HANDLOWCA” ZAMAWIAJĄ NAJWIĘCEJ, POTWIERDZAJĄC JEGO NAJWIĘKSZĄ EFEKTYWNOŚĆ

DECYZJE ZAKUPOWE CZYTELNIKÓW PRASY HANDLOWEJ

Pod wpływem informacji, z którego pisma handlowego zamawiają Państwo
najwięcej asortymentu do swojego sklepu? N=1020

Poradnik Handlowca
Nakład 70000 egz.

27,84 %



Hurt i Detal
Nakład 70000 egz.

12,55 %

Handel
Nakład 40000 egz.

11,08 %

HANDLOWCY PREFERUJĄ PAPIEROWE WYDANIA PRASY HANDLOWEJ

Jaką formę otrzymywania prasy handlowej Pan(i) preferuje? N=1020

**Papierowe wydanie
dostarczane do sklepu**

78,92 %



21,08 %

**E-wydanie przesyłane mailowo
z cyfrowym kodem dostępu**



Dominująca pozycja „Poradnika Handlowca” na rynku prasy handlowej potwierdzona najnowszymi wynikami badania przeprowadzonego metodą face-to-face przez przedstawicieli handlowych GK IGLOTEX, listopad 2024.

DOTARCIE PRASY HANDLOWEJ

O każdym piśmie, jakie odczytam, proszę powiedzieć, czy dociera ono do Pana(i) sklepu?
N=1020

Poradnik Handlowca
Nakład 70000 egz.

50,49 %



Handel

Nakład 40000 egz.

30,29 %

Hurt i Detal

Nakład 70000 egz.

29,41 %

CZYTELNICTWO CYKLU SEZONOWEGO

Czy w ciągu ostatnich 6 miesięcy czytał(a) Pan(i) lub przeglądał(a) podane pisma? N=1020

Poradnik Handlowca
Nakład 70000 egz.

47,94 %



Handel

Nakład 40000 egz.

27,35 %

Hurt i Detal

Nakład 70000 egz.

25,98 %

**TEGOROCZNE WYNIKI ODZWIERCIEDLAJĄ
TRENDY WIDOCZNE W REZULTATACH
BADAŃ TRM NIELSEN 2002-2020
ORAZ TRM KANTAR 2021-2023.**

WIARYGODNOŚĆ I OPINIOTWÓRCZOŚĆ

Który ze znanych Panu(i) tytułów prasy handlowej, ukazujących się w wersji papierowej, uważa Pan(i) za najbardziej wiarygodny i opiniotwórczy? N=1020

Poradnik Handlowca

Nakład 70000 egz.

38,14 %



Hurt i Detal

Nakład 70000 egz.

17,65 %

Handel

Nakład 40000 egz.

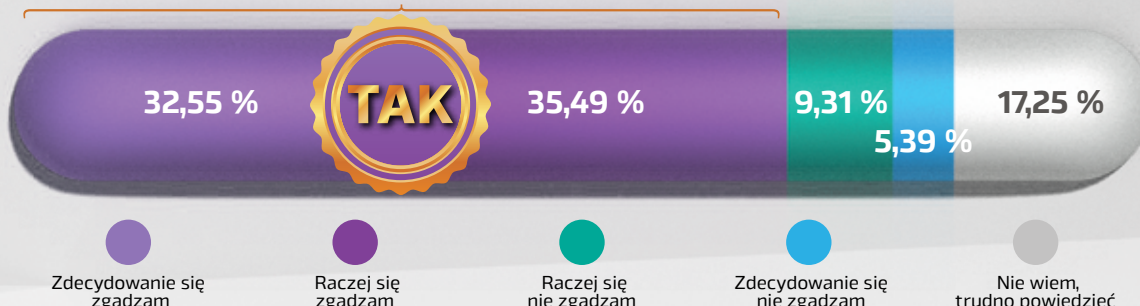
14,90 %

SKUTECZNOŚĆ DRUKOWANEJ PRASY JAKO NARZĘDZIA KOMUNIKACJI

Na ile zgadza się Pan(i) z następującym stwierdzeniem:
Lubię czytać / przeglądać prasę handlową w wersji papierowej? N=1020

TAK 68,04 %

Prasa handlowa jest skutecznym narzędziem komunikacji



METODOLOGIA BADANIA

Metoda face-to-face

Ogólnopolska próba N=1020 sklepów od małoformatowych do supermarketów o pow. do 2500 m² z wyłączeniem dyskontów i lidera branży convenience:

- Mały do 40 m² – 36,67 %,
- Średni do 100 m² – 40,00 %,
- Duży do 500 m² – 20,49 %,
- Supermarket do 2500 m² – 2,84 %.

W badaniu weryfikowano tylko tytuły prasy handlowej kontrolowane przez **Polskie Badania Czytelnictwa**, z „**deklarowanym**” nakładem **min. 40 tys. egzemplarzy** tj.:

- Handel 40 000,
- Hurt & Detal 70 000,
- Poradnik Handlowca 70 000.

GK IGLOTEX nie prowadzi dystrybucji żadnego z badanych tytułów prasy handlowej do sklepów.

Dziękujemy naszym Czytelnikom – handlowcom, za przywiązanie do naszego tytułu, a Grupie Kapitałowej IGLOTEX za możliwość upublicznienia powyższych wyników.

Badanie zrealizowane 11/2024 przez przedstawicieli handlowych Grupy Kapitałowej IGLOTEX ogólnopolskiego producenta i dystrybutora produktów mrożonych, eksportującego do ponad 50 krajów świata.