

گزارش جامع

بازار خرده‌فروشی

(سوپرمارکتی) ۱۴۰۴

تحلیل هوشمند • بینش دقیق • تصمیم بهتر



هایمارت

فروشگاه های زنجیره ای



هایمارت

بزرگترین e-B2B ایران

100K+

فروشگاه و خرده فروش

دسترسی آسان

تنوع کالا

خرید هوشمند ۲۴ ساعته

مقایسه قیمت ها

60K



مجموعه دانش بنیان سلام بازار .

تامین هوشمند ، توزیع هدفمند



سهم بازار گروه های کالایی سوپرمارکتی

تغییرات سهم بازار ۱۴۰۳ به ۱۴۰۴ سهم بازار ریالی گروه های فرعی

۱

برترین های صنعت FMCG

۲

رتبه و سهم بازار گروه های برتر سال ۱۴۰۴
برندهای برتر استانی
رتبه و سهم بازار برندهای برتر سال ۱۴۰۴
برندهای برتر در مناطق ۲۲ گانه تهران

بررسی سبدهای محصولی گروه های برتر

۳

بررسی تنوع و سهم سبد محصولات
۱۰ گروه برتر (براساس سهم بازار ریالی)

تَرین های بازار سال ۱۴۰۴

۴

بیشترین ها در یک سوپرمارکت
بیشترین ورود و خروج ها در بازار
متداول ترین ها در یک سوپرمارکت
بیشترین و کمترین تنوع برند براساس جغرافیا

محصولات برتر در سوپرمارکت ها

۵

معرفی سه محصول برتر در هر گروه کالایی

اثر جنگ و آزادسازی ارزی

۶

تاثیر جنگ و آزادسازی ارزی در گروه های کالایی بهداشت بدن،
تون ماهی، کنسرو، نظافت منزل، حبوبات و سویا، ماکارونی

تغییرات قیمت و میزان تورم در بازار FMCG

۷

شاخص تورم کل بازار (محصولات سوپرمارکتی)
تورم سه سال گذشته در یک نگاه

فهرست مطالب



سال ۱۴۰۴ را می‌توان یکی از پرنوسان‌ترین و پرچالش‌ترین سال‌های اخیر بازار خرده‌فروشی کالاهای سوپرمارکتی دانست؛ سالی که هم شاهد دو جنگ و هم آزادسازی ارز ترجیحی بودیم که این اتفاقات موجب ایجاد تغییرات قابل توجه در بازار نسبت به سال‌های گذشته گردید.

در آغاز سال، جنگ ۱۲ روزه در اواخر خردادماه، که موجب بروز رفتار هیجانی مصرف‌کنندگان در برخی از کالاها و همچنین اختلال در برخی زنجیره‌های تأمین گردید، نخستین اتفاق قابل توجه در این سال بود.

سپس در دی‌ماه، حذف کامل ارز ترجیحی و فاصله قابل توجه ارز آزاد در این بازه، موجب افزایش قابل توجه و آزادسازی قیمت‌های کالا بویژه در حوزه کالاهای اساسی و در نتیجه تغییر در رفتار مصرف‌کننده گردید. اجرای سیاست کالابرگ الکترونیکی بخشی از این فشار را کاهش داد اما پاسخگوی تمام این فاصله قابل توجه برای مصرف‌کننده نبود و اندازه برخی از بازارها را دستخوش تغییر قابل توجه کرد.

در پایان این سال پرچالش برای بازار، درحالی‌که که هنوز بازار با شرایط پس از ارز ترجیحی خود را وفق نداده بود، شروع جنگ رمضان در اسفند ماه باعث شد شوک دیگری بر بازار وارد شود.

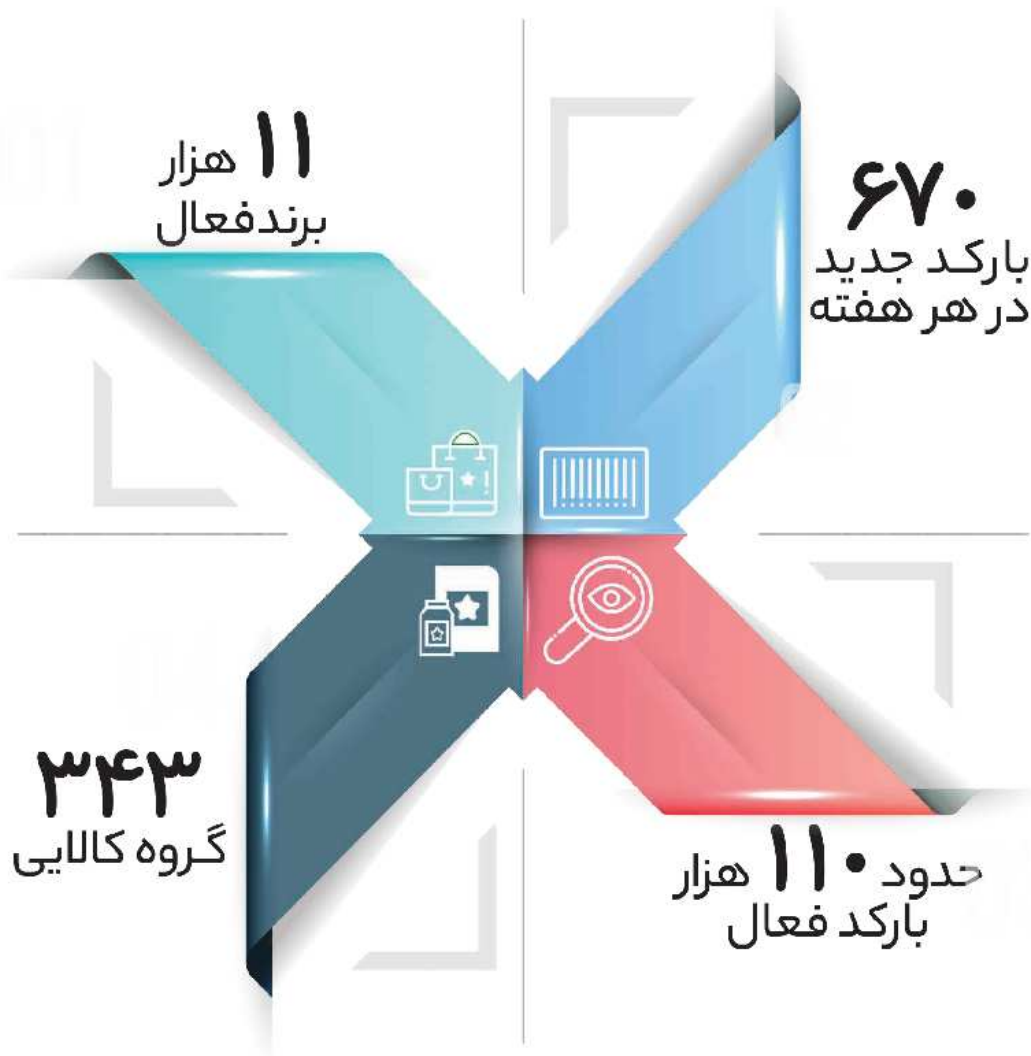


در مجموع در این سال شاهد بیشترین تعداد دفعات افزایش قیمت کالاهای سوپرمارکتی نسبت به سال های گذشته (در برخی گروه های کالایی حتی تا ۴ مرتبه افزایش قیمت) حتی نسبت به سال های آزادسازی قیمت ها در سال های گذشته، بودیم.

پیامد این تحولات، تنها محدود به افزایش قیمت ها نبود؛ بلکه ساختار تقاضا، الگوی خرید و حتی نحوه رقابت میان برندها نیز دستخوش تغییر شد.

در چنین شرایطی، این گزارش با اتکا به داده های واقعی فروش در سطح خرده فروشی، تصویری دقیق از تحولات بازار در سال ۱۴۰۴ ارائه می کند و مهم ترین تغییرات در اندازه بازار، رفتار مصرف کننده و عملکرد برندها، و فرصت ها و چالش های پیش روی را مورد بررسی قرار می دهد.

امید ما بر این است که این گزارش بتواند به عنوان مرجعی معتبر برای مدیران، سیاست گذاران، تولیدکنندگان، شرکت های پخش، خرده فروشان، پژوهشگران و سرمایه گذاران مورد استفاده قرار گیرد و در مسیر تصمیم سازی های دقیق تر و آینده نگرانه، نقشی مؤثر ایفا کند.



▲ داده های گزارش با روشی دقیق از صندوق های فروشگاه های سوپرمارکت ها با گریدهای مختلف جمع آوری شده و مبتنی بر فروش به مصرف کننده (Sell-out) می باشد.

▲ با در نظر گرفتن اینکه بیش از ۸۵٪ بازار این حوزه، مربوط به سوپرمارکت هاست این اطلاعات می تواند شمای کلی مناسبی از کل بازار باشد؛ هر چند ممکن است برخی از برندها در فروشگاه های زنجیره ای فعالیت گسترده تر و فروش بیشتری داشته باشند.

داده های گزارش مربوط به استان های منتخب در کشور است و ممکن است که برخی از برندها در استان های دیگر حضور گسترده تری داشته باشند. پراکندگی فروشگاه های مورد بررسی در پایان گزارش ارائه شده است..





Keep it icy!
n°19
Drink cold





- ▶ چه گروه‌هایی با توجه به اندازه بازار و تغییرات آن برای لانچ محصول و توسعه بازار مناسب است؟
- ▶ چگونه می‌توان رشد واقعی سهم بازار را از اثر تورم و افزایش قیمت‌ها تفکیک کرد؟
- ▶ سبد محصولات فعلی شرکت شما چه سهمی از بازار را دارد؟
- ▶ با توجه به اندازه و روند بازار، بودجه بازاریابی یا تولید کدام گروه کالایی شرکت، افزایش یا کاهش یابد؟





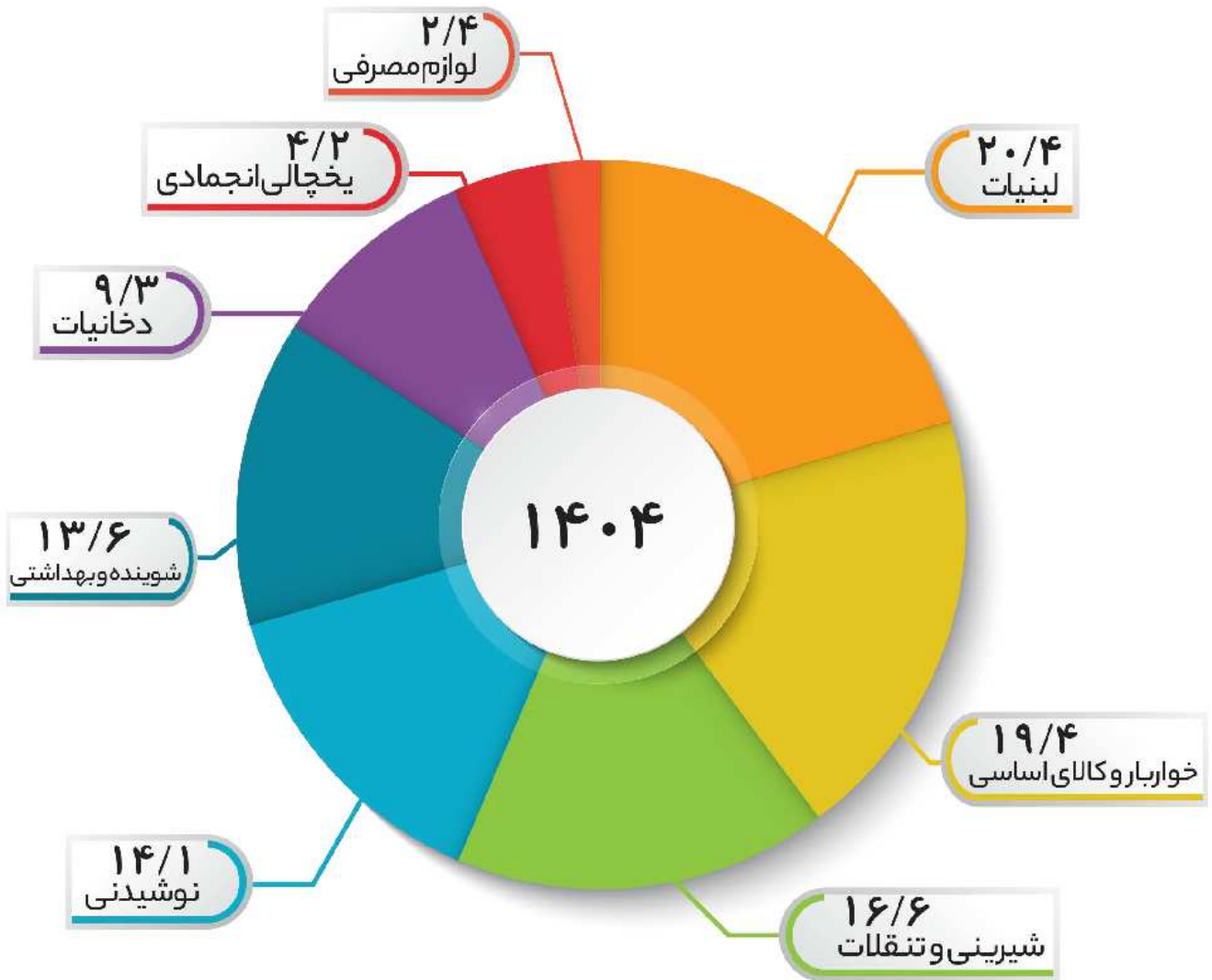
در این گزارش کالاهای سوپرمارکتی در سه سطح طبقه بندی شده اند که در ادامه به بررسی آن ها در سال ۱۴۰۴ پرداخته می شود.



به عنوان مثال محصولی نظیر "تون ماهی شویدی ۱۸۰ گرمی طبیعت"، در گروه اصلی "خوربار و کالای اساسی"، گروه فرعی "تون ماهی" و زیرگروه فرعی "تون ماهی طعم دار" قرار می گیرد.

محصولات دخانی با توجه به تورم ۱۵۹ درصدی (بیش از متوسط تورم) و حفظ میزان مصرف، بیشترین رشد در سهم بازار را در سال ۱۴۰۴ (۱.۲۸ درصد) تجربه کرده است. مواد شوینده و بهداشتی نیز با توجه به حفظ مصرف و افزایش قیمت از ابتدای سال ۱۴۰۴، رشد ۰.۶ درصدی سهم بازار ریالی را تجربه کرده است. از سوی دیگر با توجه به اینکه اکثر اقلام کالاهای اساسی تا پیش از آزادسازی ارزی در دی ماه، تغییر قیمت بسیار کمی داشتند، به همین دلیل نیز سهم بازار ریالی آنها کاهش قابل توجهی در مجموع کل سال ۱۴۰۴ داشت.





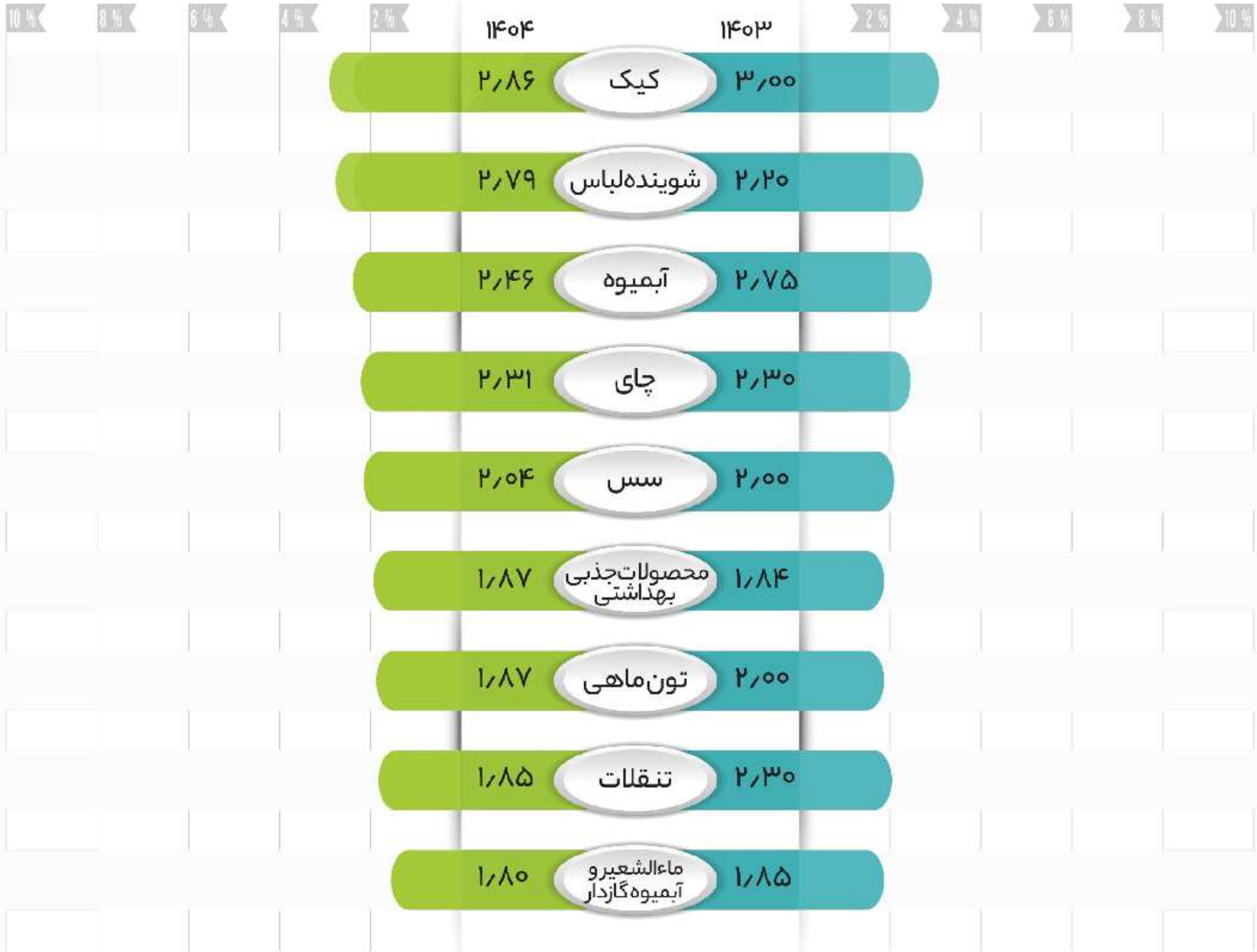
تورم ناشی از حذف ارز ترجیحی در دی ماه ۱۴۰۴، ساختار بازار گروه های کالایی را در سه ماهه آخر سال دگرگون کرد. قیمت روغن حدود سه برابر شد و در گروه شوینده و بهداشتی نیز شوینده ها ۵۰٪ و محصولات سلولزی ۶۰٪ افزایش قیمت داشتند و سبب افزایش سهم بازار این گروه ها شد.





سهم بازار ریالی بزرگترین گروه های فرعی (درصد)









برترین های صنعت FMCG

رتبه و سهم بازار گروه های برتر سال ۱۴۰۴

رتبه و سهم بازار برندهای برتر سال ۱۴۰۴

برندهای برتر استانی

برندهای برتر در مناطق ۲۲ گانه تهران



۱۰۰ گروه برتر بازار خرده فروشی سال ۱۴۰۴

(براساس سهم بازار ریالی)

سهم بازار بر اساس ریال فروش رفته (Sell out) در فروشگاه ها می باشد (که عمدتاً قیمت مصرف می باشد).

لازم به ذکر است منظور از گروه، مجموعه شرکت هایی است که یک گروه با آن عنوان شناخته می شوند.

به عنوان مثال گروه چی توز شامل شرکت های آبپای پرشین، دینا توس، صنایع غذایی دینا و صنایع غذایی سپاس مهر است.

همچنین با توجه به متفاوت بودن نام شرکت ها، از نام تجاری که به آن شهرت دارند استفاده شده است.





از میان این ۲۰ هلدینگ، ۱۵ مجموعه رشد را تجربه کرده‌اند و میزان رشد آن‌ها ۲.۴۹ درصد بوده است. این موضوع نشان‌دهنده این است که شرکت‌های بزرگ با توجه به تاب‌آوری و پایداری بیشتر در شرایط خاص اقتصادی، توانسته‌اند بخشی از سهم بازار شرکت‌های کوچک را تصاحب کنند.





۱۴۰۲	۱۴۰۳	۱۴۰۴	سهم بازار ۱۴۰۴	
			۵,۷۸	۱
			۵,۲۹	۲
			۴,۴۴	۳
			۴,۲۸	۴
			۳,۲۴	۵
			۲,۳۸	۶
			۲,۳۵	۷
			۲,۳۲	۸
			۲,۲۸	۹
			۲,۱۴	۱۰



۱,۰۵۸	دامران	۱۹	▼	۲,۰۱۱	روز	۱۱	▲
۱,۰۵۵	BAT	۲۰	▲	۲,۰۰۶	بهشهر	۱۲	▲
۵,۰۹۱	Unilever	۲۱	▲	۱,۰۶۳	دومینو	۱۳	▲
۵,۰۸۴	گست	۲۲	▼	۱,۰۶۰	Henkel	۱۴	▲
۵,۰۸۲	Zavrin	۲۳	▲	۱,۰۵۷	حیات	۱۵	▲
۵,۰۷۹	یادسان	۲۴	▲	۱,۰۴۹	شیرین عسل	۱۶	▼
۵,۰۷۰	دلپذیر	۲۵	▼	۱,۰۳۵	چوپان	۱۷	▲
۵,۰۶۳	هزار	۲۶	▲	۱,۰۳۲	مینو	۱۸	▲



۰/۴۷

مانا

۳۵



۰/۵۹

دوغزال

۲۷



۰/۴۶

HYPE
ENERGY

۳۶



۰/۵۹



۲۸



۰/۴۶

شکلی

۳۷



۰/۵۸

ساسان

۲۹



۰/۴۳

آماده لذیذ

۳۸



۰/۵۸

زر ماکارون

۳۰



۰/۴۲

هلال

۳۹



۰/۵۴

فومر

۳۱



۰/۴۱

درنا

۴۰



۰/۵۱

مهرام

۳۲



۰/۴۰

ساناستار

۴۱



۰/۵۰

عالیسا

۳۳



۰/۳۹

رانی

۴۲



۰/۴۸

شیلتون

۳۴



۵,۳۲



۵۱



۵,۳۸



۴۳



۵,۳۱

دخانیات ایران

۵۲



۵,۳۷



۴۴



۵,۳۱



۵۳



۵,۳۷



۴۵



۵,۳۰



۵۴



۵,۳۷



۴۶



۵,۳۰

آستان قدس رضوی

۵۵



۵,۳۴



۴۷



۵,۳۰

آفتاب طلایی پرشین

۵۶



۵,۳۴

جاوید ریحان ستاره

۴۸



۵,۲۹



۵۷



۵,۳۴



۴۹



۵,۲۷



۵۸



۵,۳۳

تک ماکارون

۵۰





۵۹	فیروز گروه بهداشتی	۵۹/۲۶
۶۰	وطن زرین	۵۹/۲۶
۶۱	چاکلت	۵۹/۲۵
۶۲	حلوی عقاب	۵۹/۲۵
۶۳	روزانه	۵۹/۲۵
۶۴	BADR	۵۹/۲۴
۶۵		۵۹/۲۳
۶۶	ISTAR	۵۹/۲۳
۶۷	سهلان	۵۹/۲۳
۶۸	آنانا	۵۹/۲۲
۶۹	اصالت	۵۹/۲۱
۷۰	نارنجستان	۵۹/۲۱
۷۱	دستکش حریر ایران	۵۹/۲۱
۷۲	مطهر	۵۹/۲۱
۷۳	سحر	۵۹/۲۰
۷۴	مجتبی	۵۹/۲۰



صنایع غذایی عالیاکستان ۰/۱۸

۸۳



۰/۱۸



۸۴



۰/۱۸



۸۵



۰/۱۸



بازرگانی میلاد نور گیتی

۸۶



۰/۱۸



۸۷



۰/۱۸



۸۸



۰/۱۸



۸۹



۰/۱۷



۹۰



۰/۲۰



۷۵



۰/۱۹



۷۶



۰/۱۹



۷۷



۰/۱۹



۷۸



۰/۱۹



۷۹



۰/۱۸



۸۰



۰/۱۸



۸۱



۰/۱۸



۸۲





۵/۰



۹۶



۷/۰



۹۱



۵/۰



۹۷



۷/۰



۹۲



۵/۰



۹۸



۶/۰



۹۳



۴/۰



۹۹



۶/۰



۹۴



۴/۰



۱۰۰



۶/۰



۹۵



سن
ایچ
دیگر هیچ و...



یک لذت
از دل طبیعت

www.sunich.org

فعالیت بیش از ۱۱ هزار برند در بازار (۱۱۰۷۴۴ برند) در سال ۱۴۰۴
بازاری بسیار شلوغ و با تنوع بالا

- ▲ آیا در این بازار متنوع، واقعا تمام رقبای خود را می شناسید؟
- ▲ بازار در اختیار بازیگران شناخته شده است یا برندهای نوظهور؟
- ▲ کدام برندها بیشترین رشد و کدام یک بیشترین افت را تجربه کرده اند؟

11000

برند فعال





۹۸٪ برندها فقط
۲۰٪ سهم بازار

۸۰٪
سهم بازار

۸۰ درصد سهم بازار فقط در اختیار
۲ درصد برندها (۲۲۴ برند)

TOP
500



(پراساس سرهم بازار ریالی)

➡ به عنوان مثال بخش عمده محصولات تولیدی گروه میهن با یک برند (میهن) عرضه می شود. درحالیکه بسیاری از شرکت ها از برندهای مختلف برای گروه های کالایی خود بهره می برند.





از میان آن‌ها، ۲۷ برند رشد را تجربه کرده‌اند و میزان رشد آن‌ها ۲۰۷۲ درصد بوده است.





۱۴۰۲	۱۴۰۳	۱۴۰۴	سهم بازار ۴۰۴	
			۴,۷۱	۱
Winston		Winston	۴,۱۶	۲
	Winston		۳,۷۲	۳
چی توڑا	پناه	پناه	۲,۳۲	۴
پناه	چی توڑا	چی توڑا	۲,۲۸	۵
فرش	فرش	فرش	۲,۱۱	۶
	کاکا کولا	کاکا کولا	۱,۸۶	۷
کاکا کولا			۱,۶۷	۸
شیرین عسل	شیرین عسل	دومینو	۱,۶۳	۹
سن راج	دومینو	شیرین عسل	۱,۳۲	۱۰



۰٫۷۰	کنت	۲۱	▲	۱٫۲۴	لادن	۱۱	▼
۰٫۶۸	گلستان	۲۲	▼	۱٫۱۷	سن ایچ	۱۲	▼
۰٫۶۸	دو غزال	۲۳	▲	۱٫۱۴	پاک	۱۳	▼
۰٫۶۳	هراز	۲۴	▲	۱٫۰۸	دامداران	۱۴	▼
۰٫۶۳	مارلبرو	۲۵	▼	۱٫۰۰	مینو	۱۵	▲
۰٫۶۲	زمزم	۲۶	▲	۰٫۹۰	مزرعه ماهشام	۱۶	▲
۰٫۶۱	پریل	۲۷	▲	۰٫۸۰	اکتیو	۱۷	▼
۰٫۵۹	سافتلن	۲۸	▲	۰٫۷۸	پرسیل	۱۸	▲
۰٫۵۹	رامک	۲۹	▲	۰٫۷۷	شیبا	۱۹	▼
۰٫۵۸	اویلا	۳۰	▼	۰٫۷۰	دلپذیر	۲۰	▼



۰,۴۶	مولفیکس	۴۱	▼	۰,۵۴	فرمند	۳۱	▼
۰,۴۵	مای بیبی	۴۲	▼	۰,۵۴	نامی نو	۳۲	▼
۰,۴۵	چوپان	۴۳	▼	۰,۵۲	بهار	۳۳	▲
۰,۴۲	گلرنگ	۴۴	▲	۰,۵۲	زرماکارون	۳۴	▼
۰,۴۱	درنا	۴۵	▼	۰,۵۱	مهرام	۳۵	▼
۰,۴۱	غنچه	۴۶	▼	۰,۵۰	عالیس	۳۶	▼
۰,۴۱	فانتا	۴۷	▲	۰,۴۹	تست	۳۷	▲
۰,۴۱	جی وان	۴۸	▲	۰,۴۸	شیلتون	۳۸	▼
۰,۳۹	کمل	۴۹	▲	۰,۴۶	مانا	۳۹	▲
۰,۳۸	نظری	۵۰	▼	۰,۴۶	شکلی	۴۰	▲



۵۱	رانی	۰,۳۸	▲
۵۲	شهرزاد	۰,۳۷	▲
۵۳	اوه	۰,۳۷	▲
۵۴	لینا	۰,۳۵	▲
۵۵	نسکافه	۰,۳۵	▼
۵۶	بهنوش	۰,۳۴	▼
۵۷	فامیلا	۰,۳۴	▲
۵۸	بهروز	۰,۳۴	▲
۵۹	ناپولی	۰,۳۴	▲
۶۰	اسپریت	۰,۳۳	▲
۶۱	نادری	۰,۳۲	▲
۶۲	گلنار	۰,۳۲	▲
۶۳	هایپ	۰,۳۲	▼
۶۴	الیت	۰,۳۲	▲
۶۵	کاپو	۰,۳۱	▼
۶۶	پمینا	۰,۳۰	▼
۶۷	پپسی	۰,۳۰	▼
۶۸	مونتانا	۰,۳۰	▲
۶۹	پاپیا	۰,۳۰	▲
۷۰	شونیز	۰,۳۰	▼



۰٫۲۶	پنبه ریز	۸۱	▲	۰٫۳۰	کاوالو	۷۱	▲
۰٫۲۵	چاکلز	۸۲	▲	۰٫۳۰	تک ماکارون	۷۲	▼
۰٫۲۵	بهمن	۸۳	▲	۰٫۲۹	فروت لند	۷۳	▼
۰٫۲۵	رضوی	۸۴	▼	۰٫۲۹	صبح	۷۴	▼
۰٫۲۴	بدر	۸۵	▼	۰٫۲۷	بیژن	۷۵	▲
۰٫۲۴	تنو	۸۶	▲	۰٫۲۷	سان استار	۷۶	▼
۰٫۲۳	معینی پور	۸۷	▲	۰٫۲۶	اسکار	۷۷	▲
۰٫۲۳	هپی لایف	۸۸	▲	۰٫۲۶	مای لیدی	۷۸	▲
۰٫۲۳	سحر	۸۹	▼	۰٫۲۶	عقاب	۷۹	▼
۰٫۲۳	پاندا	۹۰	▼	۰٫۲۶	فیروز	۸۰	▼



۵/۲۵	مکنزی	۱۵۱	▲	۵/۲۳	بایودنت	۹۱	▼
۵/۲۵	پرژک	۱۵۲	▲	۵/۲۳	ایستک	۹۲	▼
۵/۲۵	مجتبی	۱۵۳	▲	۵/۲۳	سه نان	۹۳	▼
۵/۲۵	رزمیرم	۱۵۴	▲	۵/۲۲	آناتا	۹۴	▼
۵/۱۹	سمیه	۱۵۵	▼	۵/۲۲	پیک	۹۵	▲
۵/۱۹	هایلی	۱۵۶	▲	۵/۲۲	پچ پچ	۹۶	▲
۵/۱۹	مروارید	۱۵۷	▼	۵/۲۱	دورکو	۹۷	▲
۵/۱۹	روژین	۱۵۸	▲	۵/۲۱	نان آوران	۹۸	▼
۵/۱۹	احمد	۱۵۹	▲	۵/۲۱	مطهر	۹۹	▲
۵/۱۸	فورمن	۱۱۰	▲	۵/۲۰	روزانه	۱۰۰	▼



۱۲۱	تافته	۵/۱۷	۱۱۱	سلامت	۵/۱۸
۱۲۲	اصالت	۵/۱۷	۱۱۲	تاژ	۵/۱۸
۱۲۳	سالمین	۵/۱۷	۱۱۳	سولیکو	۵/۱۸
۱۲۴	لوکس	۵/۱۷	۱۱۴	دلوسه	۵/۱۸
۱۲۵	تلاونگ	۵/۱۷	۱۱۵	دورتو	۵/۱۸
۱۲۶	تریدنت	۵/۱۷	۱۱۶	دامستوس	۵/۱۸
۱۲۷	لپ لپ	۵/۱۷	۱۱۷	نان سحر	۵/۱۸
۱۲۸	۲۰۲	۵/۱۶	۱۱۸	من	۵/۱۸
۱۲۹	رعنا	۵/۱۶	۱۱۹	کیکس	۵/۱۸
۱۳۰	اسی	۵/۱۶	۱۲۰	خوشگوار	۵/۱۷



(۱۳۹۱-۱۵۰۰)

رتبه و سهم بازار ریالی برند های برتر ۱۴۰۴

صحت	۱۴۱	▼	۰/۱۴	ماجان	۱۳۱	▲	۰/۱۶
روز	۱۴۲	▼	۰/۱۴	هی دی	۱۳۲	▼	۰/۱۶
هرول	۱۴۳	▲	۰/۱۴	اونیکس	۱۳۳	▲	۰/۱۶
سنجایک	۱۴۴	▼	۰/۱۴	کلییر	۱۳۴	▲	۰/۱۶
گود دی	۱۴۵	▲	۰/۱۴	آبعلی	۱۳۵	▼	۰/۱۵
خرم	۱۴۶	▲	۰/۱۴	پانلا	۱۳۶	▼	۰/۱۵
بی تا	۱۴۷	▲	۰/۱۴	موسوی	۱۳۷	▲	۰/۱۵
لمسر	۱۴۸	▼	۰/۱۴	مگنا	۱۳۸	▲	۰/۱۵
دنت	۱۴۹	▼	۰/۱۴	یک و یک	۱۳۹	▲	۰/۱۴
ویتانا	۱۵۰	▲	۰/۱۳	تبرک	۱۴۰	▼	۰/۱۴



۰/۱۲	شب‌نم	۱۶۱	▲
۰/۱۲	کاسپین	۱۶۲	▼
۰/۱۲	نستله	۱۶۳	▼
۰/۱۲	رافونه	۱۶۴	▼
۰/۱۱	لطیفه	۱۶۵	▲
۰/۱۱	سیگنال	۱۶۶	▼
۰/۱۱	دایتی	۱۶۷	▼
۰/۱۱	شیلانه	۱۶۸	▲
۰/۱۱	فرخنده	۱۶۹	▲
۰/۱۱	شون	۱۷۰	▲

۰/۱۳	سیف	۱۵۱	▲
۰/۱۳	گلریز	۱۵۲	▲
۰/۱۳	سمن	۱۵۳	▼
۰/۱۳	سپید	۱۵۴	▲
۰/۱۳	گالکسی	۱۵۵	▼
۰/۱۲	کانادا درای	۱۵۶	▲
۰/۱۲	سوفیا	۱۵۷	▲
۰/۱۲	سیمرغ	۱۵۸	▼
۰/۱۲	محمود	۱۵۹	▼
۰/۱۲	گله‌ها	۱۶۰	▼



۵/۵۹	خاکستر	۱۸۱	▲	۵/۱۱	تورابیکا	۱۷۱	▼
۵/۵۹	ربیع	۱۸۲	▼	۵/۱۱	ورامین	۱۷۲	▼
۵/۵۹	شیر رضا	۱۸۳	▲	۵/۱۰	آیدین	۱۷۳	▼
۵/۵۹	کوپا	۱۸۴	▼	۵/۱۰	بنیس	۱۷۴	▲
۵/۵۹	کاترین	۱۸۵	▼	۵/۱۰	داو	۱۷۵	▲
۵/۵۹	ب.آ	۱۸۶	▼	۵/۱۰	گلنوش	۱۷۶	▼
۵/۵۹	میرندا	۱۸۷	▼	۵/۱۰	چشمک	۱۷۷	▼
۵/۵۹	کیندر	۱۸۸	▼	۵/۱۰	تکدانه	۱۷۸	▼
۵/۵۹	هوم کر	۱۸۹	▼	۵/۱۰	تار و مار	۱۷۹	▼
۵/۵۹	علی کافه	۱۹۰	▼	۵/۱۰	ایزی لایف	۱۸۰	▼



۵,۰۵۸ ا.آ.ب ۲۵۱ ▲

۵,۰۵۸ کالین ۲۵۲ ▲

۵,۰۵۸ ردبول ۲۵۳ ▼

۵,۰۵۸ پیلگون ۲۵۴ ▼

۵,۰۵۸ مولتی کافه ۲۵۵ ▲

۵,۰۵۸ خوشاب ۲۵۶ ▲

۵,۰۵۸ جمع ۲۵۷ ▼

۵,۰۵۸ کتب ۲۵۸ ▲

۵,۰۵۸ سانی نس ۲۵۹ ▼

۵,۰۵۸ آفتاب ۲۱۰ ▲

۵,۰۵۹ ببتو ۱۹۱ ▲

۵,۰۵۹ همدانیان ۱۹۲ ▲

۵,۰۵۹ تحفه ۱۹۳ ▼

۵,۰۵۹ مریدنت ۱۹۴ ▲

۵,۰۵۹ رشد ۱۹۵ ▲

۵,۰۵۹ بلک برن ۱۹۶ ▼

۵,۰۵۹ چین چین ۱۹۷ ▼

۵,۰۵۸ برف ۱۹۸ ▲

۵,۰۵۸ هوفنبرگ ۱۹۹ ▼

۵,۰۵۸ بنگ بنگ ۲۰۰ ▲



۰,۰۵۷	توینینگز	۲۲۱	▼	۰,۰۵۸	زرده طلایی	۲۱۱	▼
۰,۰۵۷	نوتلا	۲۲۲	▼	۰,۰۵۷	خوشبخت	۲۱۲	▼
۰,۰۵۷	بادوک	۲۲۳	▼	۰,۰۵۷	معجزه	۲۱۳	▼
۰,۰۵۷	دکتر بن	۲۲۴	▼	۰,۰۵۷	اولکر	۲۱۴	▲
۰,۰۵۷	سحرخیز	۲۲۵	▼	۰,۰۵۷	فینیش	۲۱۵	▼
۰,۰۵۷	زشک	۲۲۶	▼	۰,۰۵۷	تاپسی	۲۱۶	▼
۰,۰۵۷	دوسی	۲۲۷	▲	۰,۰۵۷	الفاخر	۲۱۷	▼
۰,۰۵۷	اتک	۲۲۸	▼	۰,۰۵۷	مزایا	۲۱۸	▼
۰,۰۵۷	نویتکس	۲۲۹	▲	۰,۰۵۷	کیولین	۲۱۹	▲
۰,۰۵۷	فول تایم	۲۳۰	▲	۰,۰۵۷	خاطره	۲۲۰	▼



(۲۵۰-۲۳۱)

رتبه و سهم بازار ریالی برندهای ۱۴۰۴

۵,۰۵۶	خیراله شاهی	۲۴۱	▼	۵,۰۵۷	واتا	۲۳۱	▲
۵,۰۵۶	دماوند	۲۴۲	▲	۵,۰۵۷	چاشنی	۲۳۲	▼
۵,۰۵۶	وایتکس	۲۴۳	▲	۵,۰۵۷	پنگوئن	۲۳۳	▼
۵,۰۵۶	گلی	۲۴۴	▲	۵,۰۵۷	مازولایت	۲۳۴	▼
۵,۰۵۶	ترددیلا	۲۴۵	▼	۵,۰۵۷	می ماس	۲۳۵	▼
۵,۰۵۶	بشیر	۲۴۶	▼	۵,۰۵۷	اشی مشی	۲۳۶	▲
۵,۰۵۶	جمانه	۲۴۷	▲	۵,۰۵۷	نادی	۲۳۷	▲
۵,۰۵۶	کوالا	۲۴۸	▲	۵,۰۵۶	باراکا	۲۳۸	▼
۵,۰۵۶	سیرنگ	۲۴۹	▲	۵,۰۵۶	فرشی دی	۲۳۹	▼
۵,۰۵۶	آکوافینا	۲۵۰	▲	۵,۰۵۶	آیسی مانکی	۲۴۰	▼

۰,۰۰۶	آذربایجان	۲۶۱	▼	۰,۰۰۶	مزرعه	۲۵۱	▼
۰,۰۰۶	شکوه	۲۶۲	▲	۰,۰۰۶	بیگ بر	۲۵۲	▼
۰,۰۰۶	سوربن	۲۶۳	▼	۰,۰۰۶	هوم پلاس	۲۵۳	▲
۰,۰۰۵	کریستال	۲۶۴	▼	۰,۰۰۶	سبحان	۲۵۴	▲
۰,۰۰۵	مام	۲۶۵	▲	۰,۰۰۶	مای	۲۵۵	▼
۰,۰۰۵	بلک ولف	۲۶۶	▲	۰,۰۰۶	دریان دشت	۲۵۶	▼
۰,۰۰۵	وردا	۲۶۷	▼	۰,۰۰۶	ستاک	۲۵۷	▼
۰,۰۰۵	گوشتیران	۲۶۸	▼	۰,۰۰۶	سون آپ	۲۵۸	▼
۰,۰۰۵	ژابیز	۲۶۹	▲	۰,۰۰۶	ژیلت	۲۵۹	▼
۰,۰۰۵	کامبیز	۲۷۰	▲	۰,۰۰۶	دول	۲۶۰	▼

۰,۰۵	آدرین	۲۸۱	▲	۰,۰۵	هانی	۲۷۱	▲
۰,۰۵	بیستون	۲۸۲	▲	۰,۰۵	آیری پلاست	۲۷۲	▲
۰,۰۵	رباط	۲۸۳	▼	۰,۰۵	کیمدی	۲۷۳	▼
۰,۰۵	تیمز	۲۸۴	▲	۰,۰۵	کیمبال	۲۷۴	▲
۰,۰۵	۹۵۹۵	۲۸۵	▼	۰,۰۵	ترخینه	۲۷۵	▲
۰,۰۵	بیم	۲۸۶	▼	۰,۰۵	جوجو	۲۷۶	▼
۰,۰۵	دسانی	۲۸۷	▼	۰,۰۵	دبش	۲۷۷	▼
۰,۰۵	اوریون	۲۸۸	▲	۰,۰۵	نایت کینگ	۲۷۸	▼
۰,۰۵	نیوآ	۲۸۹	▼	۰,۰۵	بن مانو	۲۷۹	▲
۰,۰۵	ساندیس	۲۹۰	▼	۰,۰۵	ایزی پیک	۲۸۰	▲



(۲۹۱-۳۱۰)

رتبه و سهم بازار ریالی برندهای ۱۴۰۴

۰,۰۴	ریلکس	۳۰۱	▼	۰,۰۵	پال مال	۲۹۱	▲
۰,۰۴	بنس	۳۰۲	▲	۰,۰۵	لروکس	۲۹۲	▲
۰,۰۴	لندی	۳۰۳	▼	۰,۰۵	پرارین	۲۹۳	▼
۰,۰۴	رکسونا	۳۰۴	▼	۰,۰۵	راپیدو	۲۹۴	▲
۰,۰۴	هدیه	۳۰۵	▲	۰,۰۵	گلین	۲۹۵	▲
۰,۰۴	مانی	۳۰۶	▼	۰,۰۵	موند	۲۹۶	▲
۰,۰۴	مولپد	۳۰۷	▼	۰,۰۵	پرمیس	۲۹۷	▲
۰,۰۴	سوروسات	۳۰۸	▼	۰,۰۵	کیبی	۲۹۸	▼
۰,۰۴	باتو	۳۰۹	▲	۰,۰۴	نیک منش	۲۹۹	▼
۰,۰۴	نوسو	۳۱۰	▲	۰,۰۴	وان دی	۳۰۰	▲

۵,۰۴	کامفورت	۳۲۱	▲	۵,۰۴	بیک	۳۱۱	▼
۵,۰۴	برتر	۳۲۲	▼	۵,۰۴	دالیا	۳۱۲	▼
۵,۰۴	بهرامن	۳۲۳	▼	۵,۰۴	گلوریا	۳۱۳	▼
۵,۰۴	سیس رایس	۳۲۴	▼	۵,۰۴	آلینوس	۳۱۴	▲
۵,۰۴	واش لند	۳۲۵	▼	۵,۰۴	قو	۳۱۵	▲
۵,۰۴	کاسل	۳۲۶	▲	۵,۰۴	شیرین وطن	۳۱۶	▲
۵,۰۴	مانستر	۳۲۷	▼	۵,۰۴	شیدان	۳۱۷	▲
۵,۰۴	شریسا	۳۲۸	▲	۵,۰۴	لرد	۳۱۸	▲
۵,۰۴	جیف	۳۲۹	▼	۵,۰۴	اسنیکرز	۳۱۹	▼
۵,۰۴	ایسترم	۳۳۰	▼	۵,۰۴	جوادیان	۳۲۰	▲



۰/۰۴	خاچیک	۳۴۱	▲	۰/۰۴	شانا	۳۳۱	▲
۰/۰۴	ننه بتول	۳۴۲	▼	۰/۰۴	جاکوبز	۳۳۲	▼
۰/۰۴	امو	۳۴۳	▲	۰/۰۴	سبد چین	۳۳۳	▲
۰/۰۳	سانسیلک	۳۴۴	▼	۰/۰۴	گرجی	۳۳۴	▼
۰/۰۳	دونی	۳۴۵	▼	۰/۰۴	باربیکن	۳۳۵	▼
۰/۰۳	اورال بی	۳۴۶	▼	۰/۰۴	چیچک	۳۳۶	▼
۰/۰۳	شیلان	۳۴۷	▼	۰/۰۴	بوژنه	۳۳۷	▲
۰/۰۳	هاتی کارا	۳۴۸	▼	۰/۰۴	جهان	۳۳۸	▲
۰/۰۳	باز	۳۴۹	▼	۰/۰۴	آنی	۳۳۹	▼
۰/۰۳	طلای ناب کیهان	۳۵۰	▼	۰/۰۴	کامن	۳۴۰	▼



(۳۷۰-۳۵۱)

رتبه و سهم بازار ریالی برندهای ۱۴۰۴

۵,۰۳	میشو لبن	۳۶۱	▼	۵,۰۳	النخل	۳۵۱	▲
۵,۰۳	کالچر	۳۶۲	▼	۵,۰۳	اروم تارلا	۳۵۲	▼
۵,۰۳	هاریبو	۳۶۳	▼	۵,۰۳	کلاسنو	۳۵۳	▲
۵,۰۳	گلدن ویو	۳۶۴	▼	۵,۰۳	عصر طلایی شرق	۳۵۴	▼
۵,۰۳	نیلوفر دریانی	۳۶۵	▼	۵,۰۳	مالت ایچ	۳۵۵	▼
۵,۰۳	شاه خوشه	۳۶۶	▲	۵,۰۳	یکتا	۳۵۶	▼
۵,۰۳	محسن	۳۶۷	▼	۵,۰۳	دورو	۳۵۷	▼
۵,۰۳	سوما	۳۶۸	▼	۵,۰۳	معسل الشرق	۳۵۸	▼
۵,۰۳	آریزونا	۳۶۹	▼	۵,۰۳	صاف	۳۵۹	▲
۵,۰۳	فارسی	۳۷۰	▲	۵,۰۳	بیس باکس	۳۶۰	▲



(۳۷۱-۳۹۰)

رتبه و سهم بازار ریالی برند های برتر ۱۴۰۴

۵,۰۵۳	ونتی	۳۸۱	▲	۵,۰۵۳	کندوان	۳۷۱	▲
۵,۰۵۳	نوین پروتئین	۳۸۲	▲	۵,۰۵۳	بانو	۳۷۲	▲
۵,۰۵۳	زکریا	۳۸۳	▲	۵,۰۵۳	آلتونسا	۳۷۳	▼
۵,۰۵۳	میسویک	۳۸۴	▲	۵,۰۵۳	شاد	۳۷۴	▲
۵,۰۵۳	های دنت	۳۸۵	▼	۵,۰۵۳	مارابو	۳۷۵	▲
۵,۰۵۳	وی نات	۳۸۶	▼	۵,۰۵۳	عباس زاده	۳۷۶	▼
۵,۰۵۳	بس	۳۸۷	▲	۵,۰۵۳	خشکدانه آذر	۳۷۷	▲
۵,۰۵۳	دیلوا	۳۸۸	▼	۵,۰۵۳	میلکا	۳۷۸	▼
۵,۰۵۳	سپیدار	۳۸۹	▲	۵,۰۵۳	شوکو پارس	۳۷۹	▼
۵,۰۵۳	ملارد	۳۹۰	▼	۵,۰۵۳	مگابیز	۳۸۰	▼



(۳۹۱-۴۱۰)

رتبه و سهم بازار ریالی برندهای ۱۴۰۴

۵,۰۳	فایر پاور	۴۰۱	▲	۵,۰۳	برکت	۳۹۱	▼
۵,۰۳	بینگو	۴۰۲	▲	۵,۰۳	پردیس	۳۹۲	▲
۵,۰۳	بوکشتاین	۴۰۳	▼	۵,۰۳	توسکا	۳۹۳	▲
۵,۰۳	سینا بلیک	۴۰۴	▲	۵,۰۳	لایمون فرش	۳۹۴	▲
۵,۰۳	بلک رویال	۴۰۵	▼	۵,۰۳	نسیم	۳۹۵	▼
۵,۰۳	فیلیپ موریس	۴۰۶	▼	۵,۰۳	میلانو	۳۹۶	▲
۵,۰۳	کولاک	۴۰۷	▲	۵,۰۳	موگو موگو	۳۹۷	▼
۵,۰۳	پترو کلین	۴۰۸	▲	۵,۰۳	چی لایف	۳۹۸	▲
۵,۰۳	نیودی	۴۰۹	▲	۵,۰۳	قافلانکوه	۳۹۹	▼
۵,۰۳	اصیل	۴۱۰	▲	۵,۰۳	دراژه	۴۰۰	▼



ایگل البرز شمال	۴۲۱	▼	۰/۰۲	سفید رود	۴۱۱	▼	۰/۰۳
فرح بخش	۴۲۲	▼	۰/۰۲	گلدن مکس	۴۱۲	▲	۰/۰۳
عطارکده	۴۲۳	▼	۰/۰۲	صدف رضوان	۴۱۳	▼	۰/۰۳
یامی	۴۲۴	▼	۰/۰۲	اکبری	۴۱۴	▲	۰/۰۳
بفرین	۴۲۵	▼	۰/۰۲	آندره	۴۱۵	▼	۰/۰۳
ترشی سون	۴۲۶	▲	۰/۰۲	اروم آدا	۴۱۶	▲	۰/۰۳
سیو	۴۲۷	▼	۰/۰۲	کیکوتک	۴۱۷	▼	۰/۰۳
امتیاز	۴۲۸	▲	۰/۰۲	آتا	۴۱۸	▼	۰/۰۲
بیول	۴۲۹	▼	۰/۰۲	شاهسوند	۴۱۹	▲	۰/۰۲
سورپرایز	۴۳۰	▼	۰/۰۲	نانسی	۴۲۰	▲	۰/۰۲

۵,۰۵۲	گلچین	۴۴۱	▼	۵,۰۵۲	مهر	۴۳۱	▼
۵,۰۵۲	درماکلین	۴۴۲	▼	۵,۰۵۲	رازی	۴۳۲	▼
۵,۰۵۲	دارکوب	۴۴۳	▲	۵,۰۵۲	کره سفارشی تهران	۴۳۳	▼
۵,۰۵۲	وی نیتو	۴۴۴	▲	۵,۰۵۲	استرانگ بر	۴۳۴	▼
۵,۰۵۲	وجین	۴۴۵	▼	۵,۰۵۲	مشمش	۴۳۵	▼
۵,۰۵۲	مهگل	۴۴۶	▲	۵,۰۵۲	پام	۴۳۶	▼
۵,۰۵۲	لنوکس	۴۴۷	▲	۵,۰۵۲	گلا	۴۳۷	▼
۵,۰۵۲	وین جوی	۴۴۸	▲	۵,۰۵۲	پریمکس	۴۳۸	▲
۵,۰۵۲	ناصر	۴۴۹	▲	۵,۰۵۲	مک	۴۳۹	▲
۵,۰۵۲	زرکام	۴۵۰	▼	۵,۰۵۲	نوین زعفران	۴۴۰	▼



(۴۷۰-۴۵۱)

رتبه و سهم بازار ریالی برندهای ۱۴۰۴

۰,۰۵۲	پیکولا	۴۶۱	▼	۰,۰۵۲	لایف استار	۴۵۱	▼
۰,۰۵۲	تلما	۴۶۲	▼	۰,۰۵۲	کوثر	۴۵۲	▲
۰,۰۵۲	اکشن	۴۶۳	▼	۰,۰۵۲	پارس شهاب	۴۵۳	▼
۰,۰۵۲	مانیزان	۴۶۴	▲	۰,۰۵۲	ام اند امز	۴۵۴	▼
۰,۰۵۲	تانیس	۴۶۵	▼	۰,۰۵۲	گاردووان	۴۵۵	▲
۰,۰۵۲	چمنی	۴۶۶	▼	۰,۰۵۲	آتوسا	۴۵۶	▲
۰,۰۵۲	کیتاریج	۴۶۷	▼	۰,۰۵۲	قائنات	۴۵۷	▼
۰,۰۵۲	انسی	۴۶۸	▼	۰,۰۵۲	شهدین	۴۵۸	▼
۰,۰۵۲	به آفرین	۴۶۹	▼	۰,۰۵۲	پرینگلز	۴۵۹	▼
۰,۰۵۲	استونیش	۴۷۰	▲	۰,۰۵۲	گلدن نسیم	۴۶۰	▼



۵,۰۵۲	کیوب لند	۴۸۱	▲	۵,۰۵۲	میوا پلاس	۴۷۱	▲
۵,۰۵۲	هاتی نودل	۴۸۲	▲	۵,۰۵۲	زعفران آناهیتا	۴۷۲	▲
۵,۰۵۲	لوتوس	۴۸۳	▼	۵,۰۵۲	وینکرز	۴۷۳	▲
۵,۰۵۲	بهنام	۴۸۴	▼	۵,۰۵۲	حاج عبدالله	۴۷۴	▼
۵,۰۵۲	روکو	۴۸۵	▼	۵,۰۵۲	مانگا	۴۷۵	▲
۵,۰۵۲	دلفین	۴۸۶	▼	۵,۰۵۲	بریتکس	۴۷۶	▼
۵,۰۵۲	اطمینان	۴۸۷	▲	۵,۰۵۲	حلقه	۴۷۷	▲
۵,۰۵۲	بیرسن	۴۸۸	▲	۵,۰۵۲	کاریبو	۴۷۸	▼
۵,۰۵۲	مشکین	۴۸۹	▲	۵,۰۵۲	ریمیا	۴۷۹	▲
۵,۰۵۲	صدف	۴۹۰	▼	۵,۰۵۲	کولی	۴۸۰	▼



۰,۰۲	قزل اوزن	۴۹۶	▼	۰,۰۲	شهرنانه ژیهات	۴۹۱	▼
۰,۰۲	لت آس	۴۹۷	▼	۰,۰۲	حمید ۱۱۰	۴۹۲	▼
۰,۰۲	محفل	۴۹۸	▼	۰,۰۲	طراوت	۴۹۳	▼
۰,۰۲	کلگیت	۴۹۹	▼	۰,۰۲	آریا	۴۹۴	▲
۰,۰۲	پلانگتون	۵۰۰	▲	۰,۰۲	ون	۴۹۵	▼

فروت لند





طبیعت

برنج ایرانی

هاشمی ممتاز

معطر و خوش پخت

دستچینی از شالیزارهای شمال ایران
وزن خالص: ۱۰ کیلو گرم

بازار فقط تهران نیست؟!

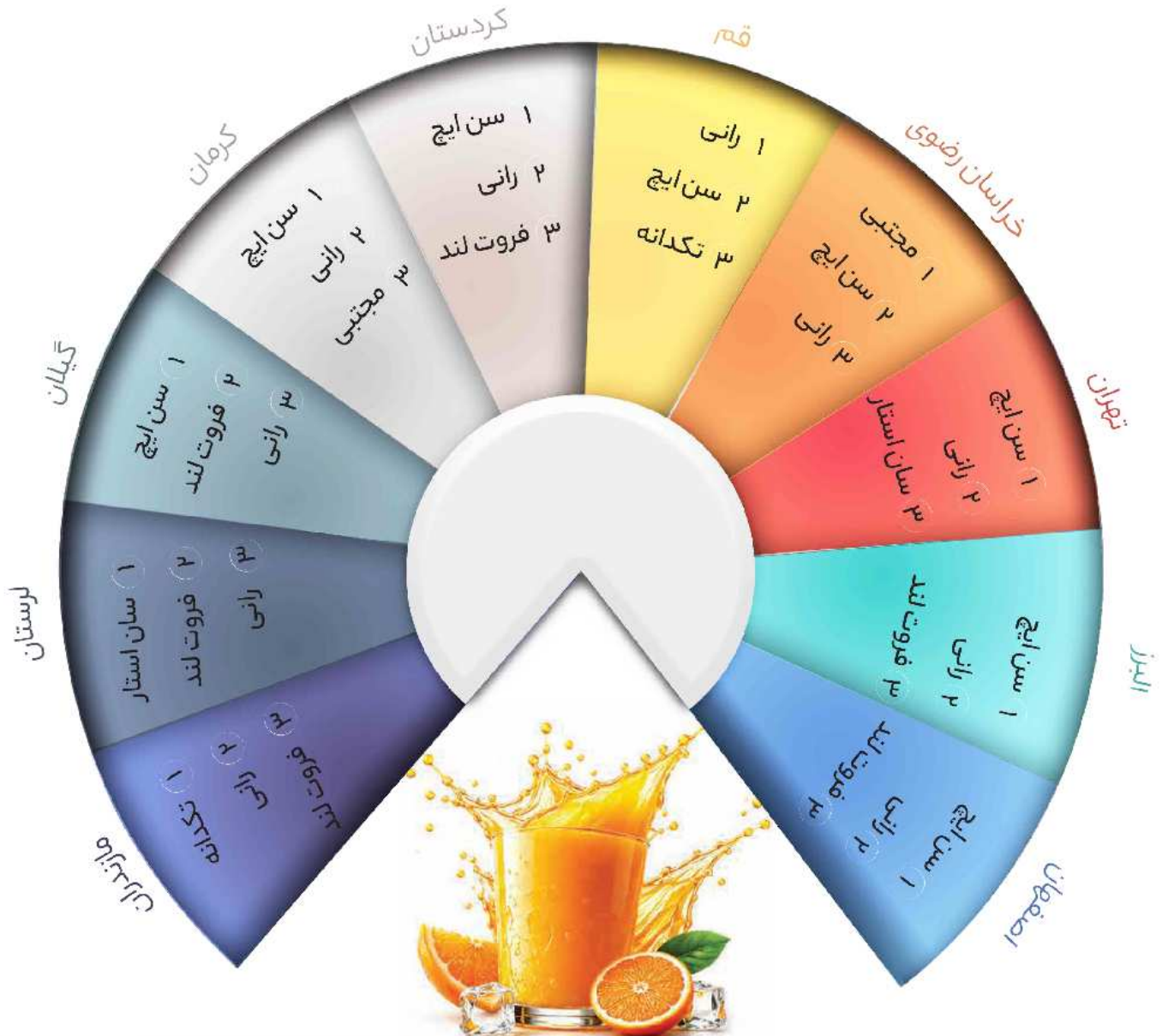


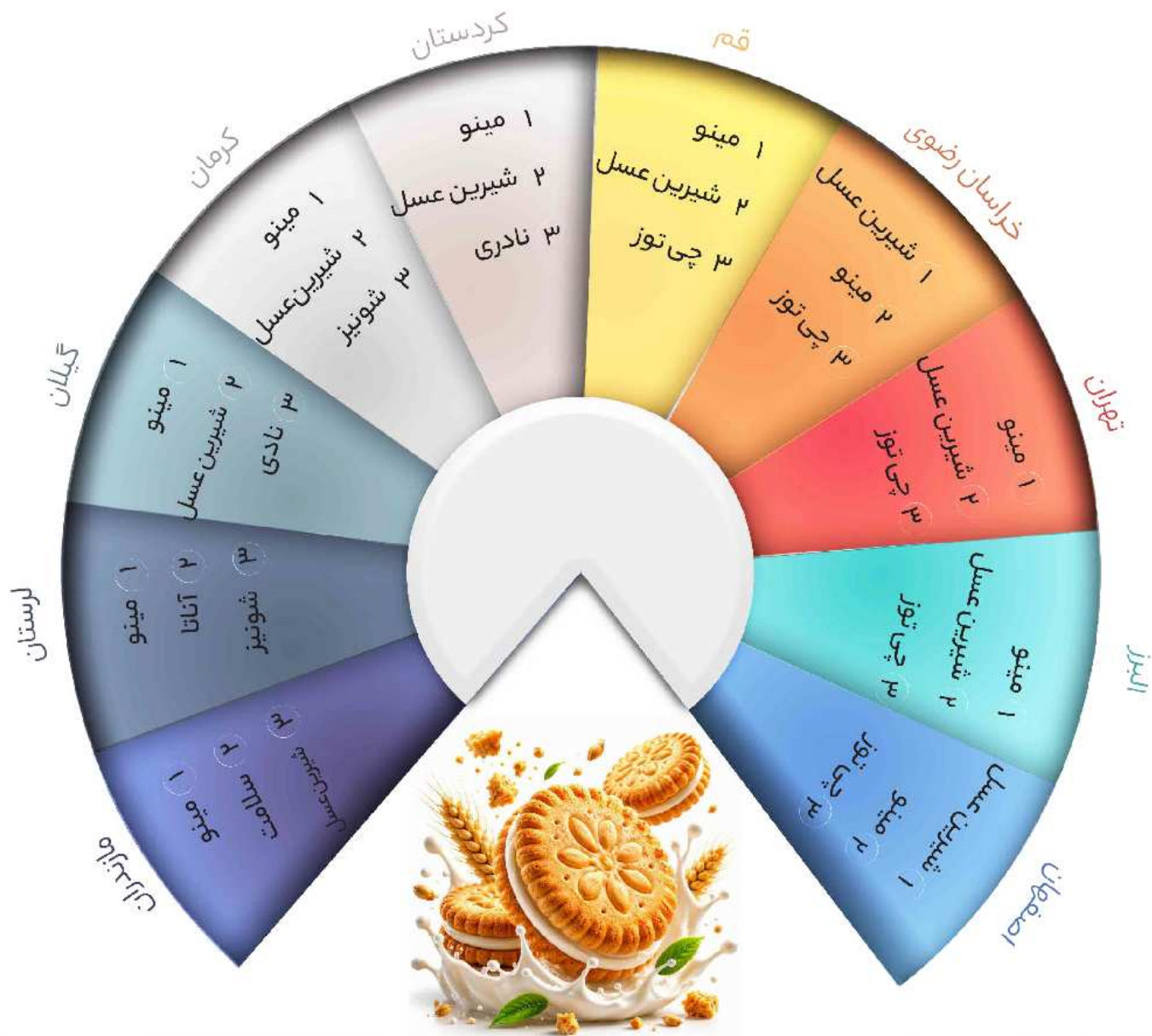
▶ آیا لیدرهای بازار تهران، در استان های دیگر نیز لیدر هستند؟

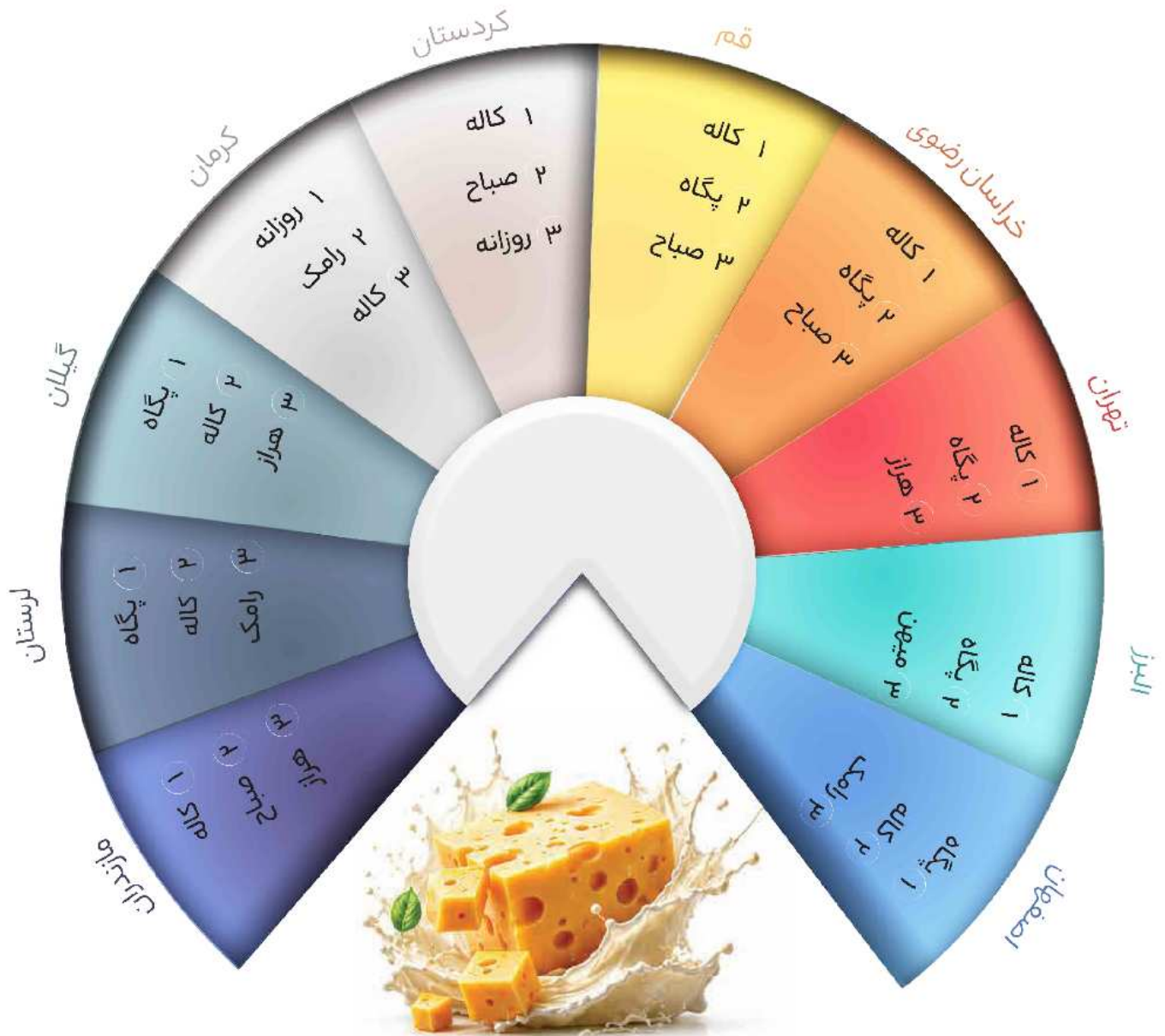
▶ رقبای شما در استان های غیر از تهران چه برندهایی هستند؟

▶ از سهم برندهای لیدر محلی در استان های دیگر (که شاید اسم آنها را تا به حال نشنیده باشید) چقدر اطلاع دارید؟

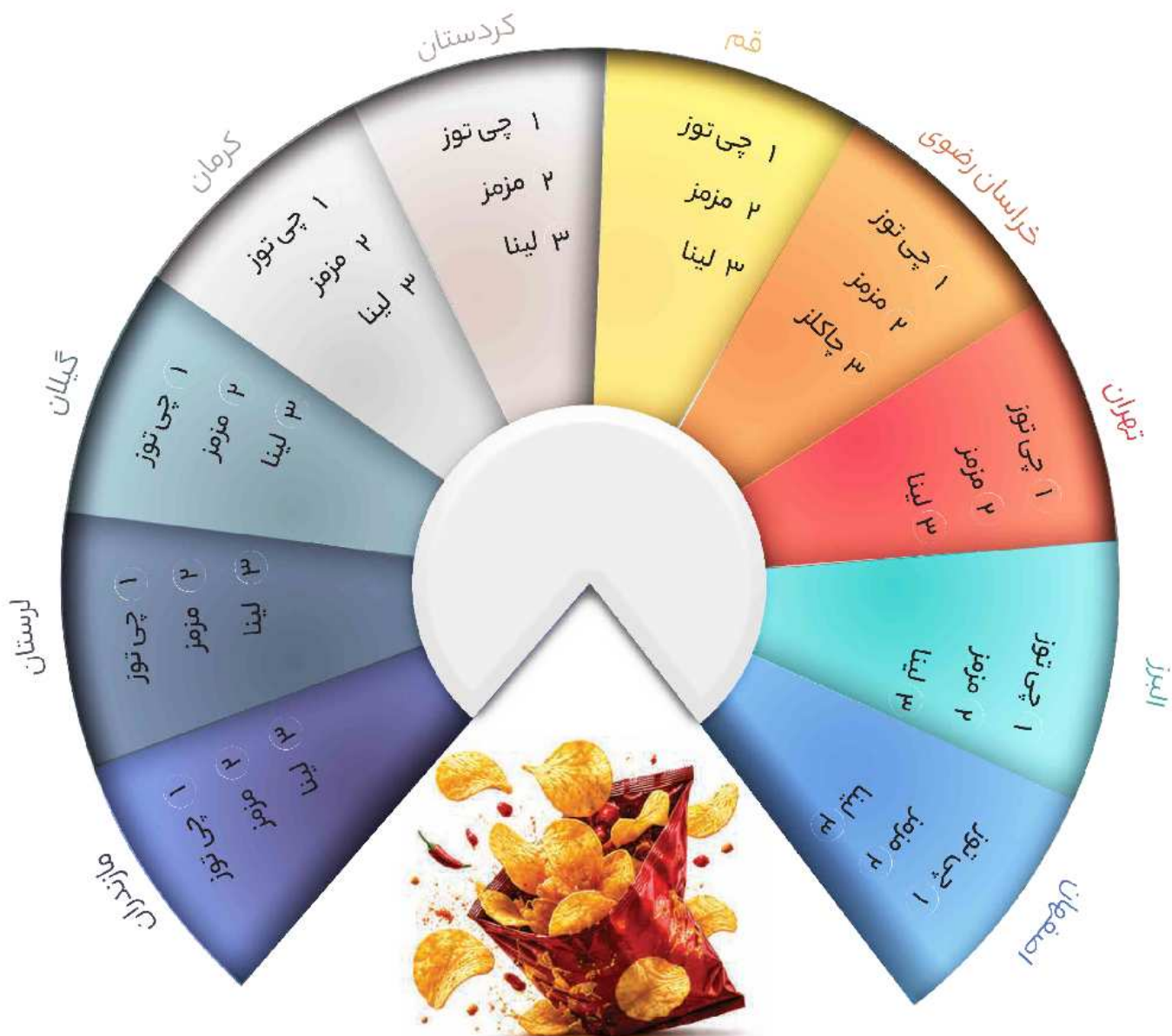
▶ آیا میدانید با اطلاع از رقبای خود در دیگر استان ها میتوانید با هزینه های کمتر سهم بازار بیشتری کسب کنید؟



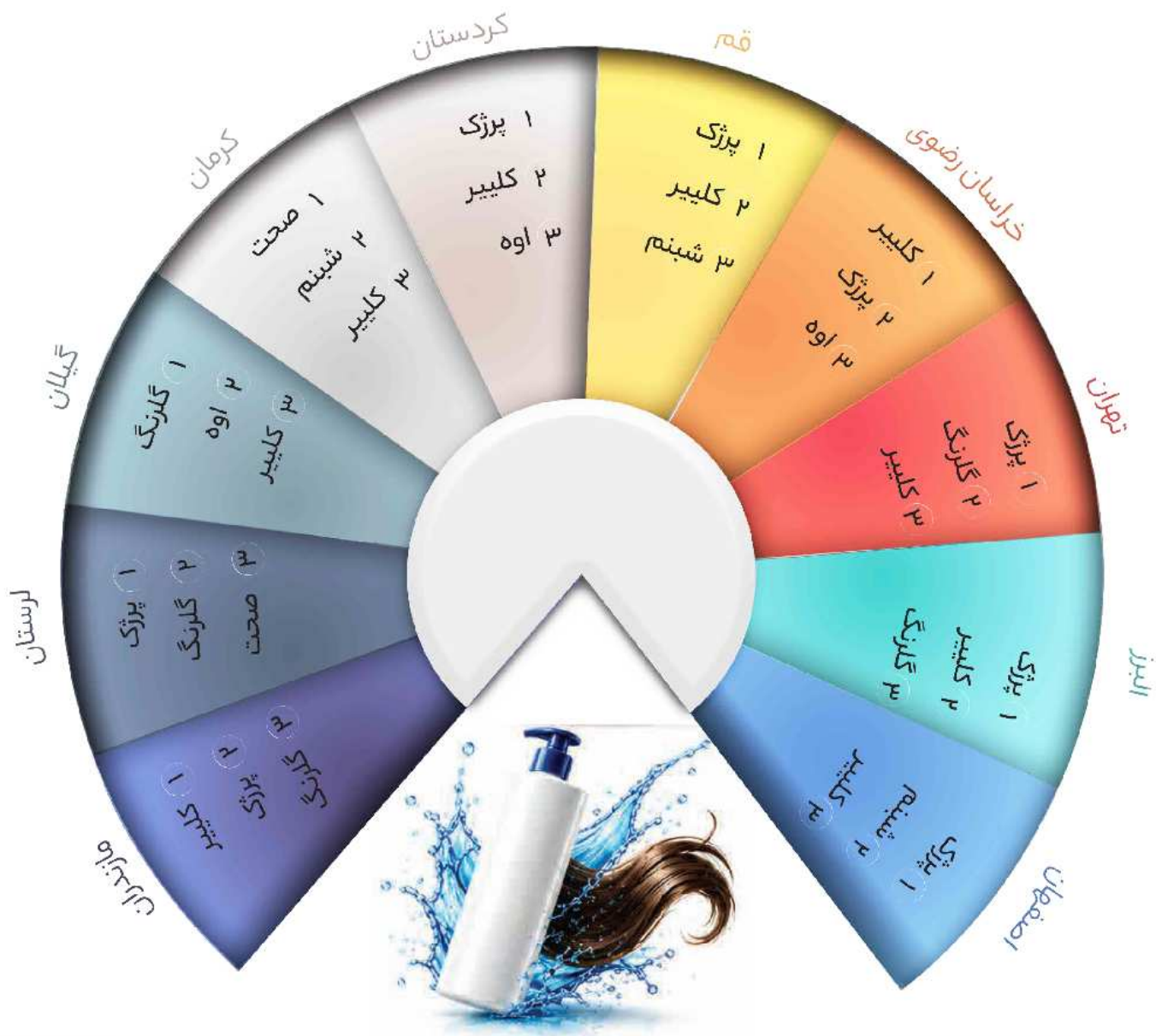


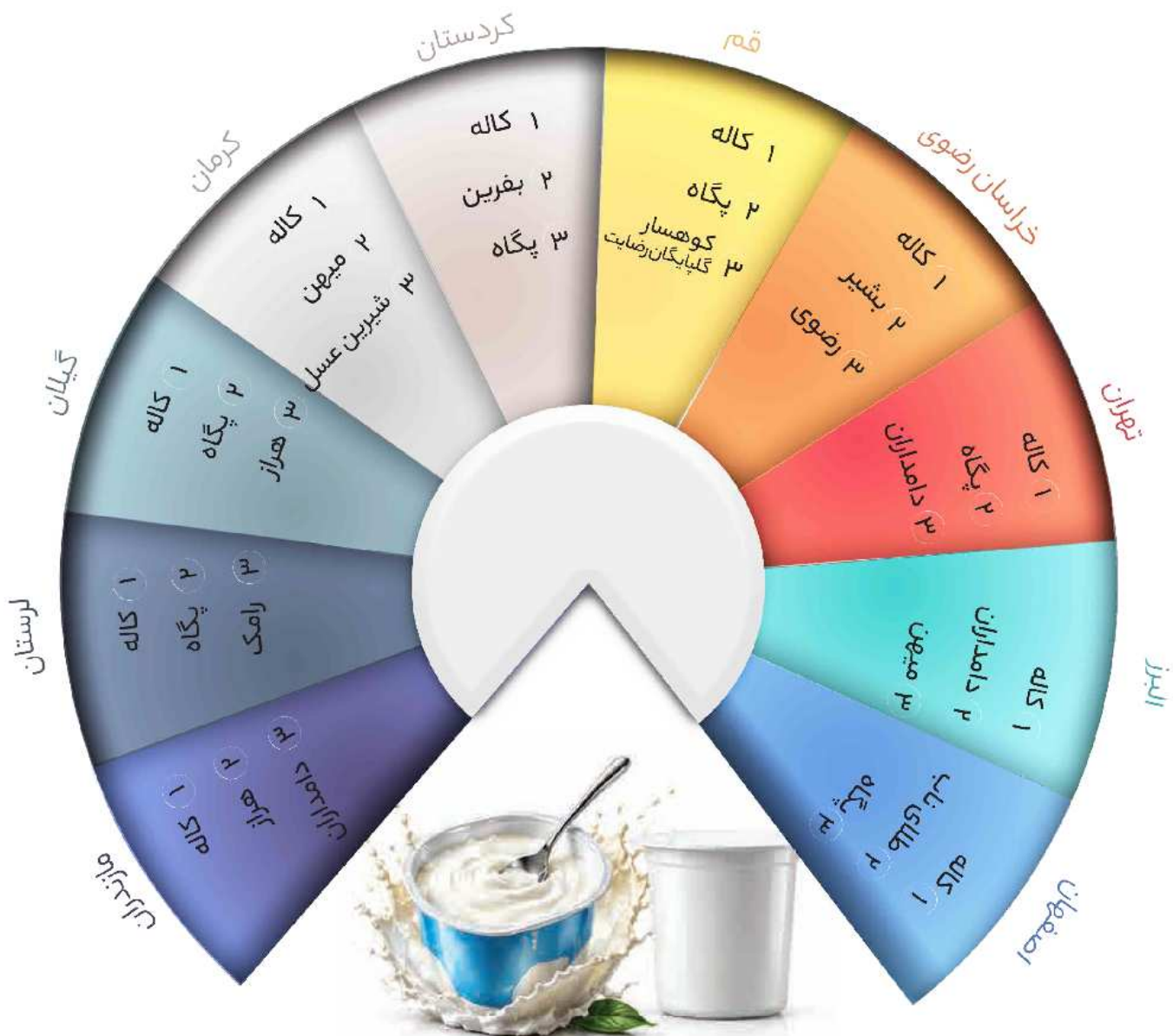


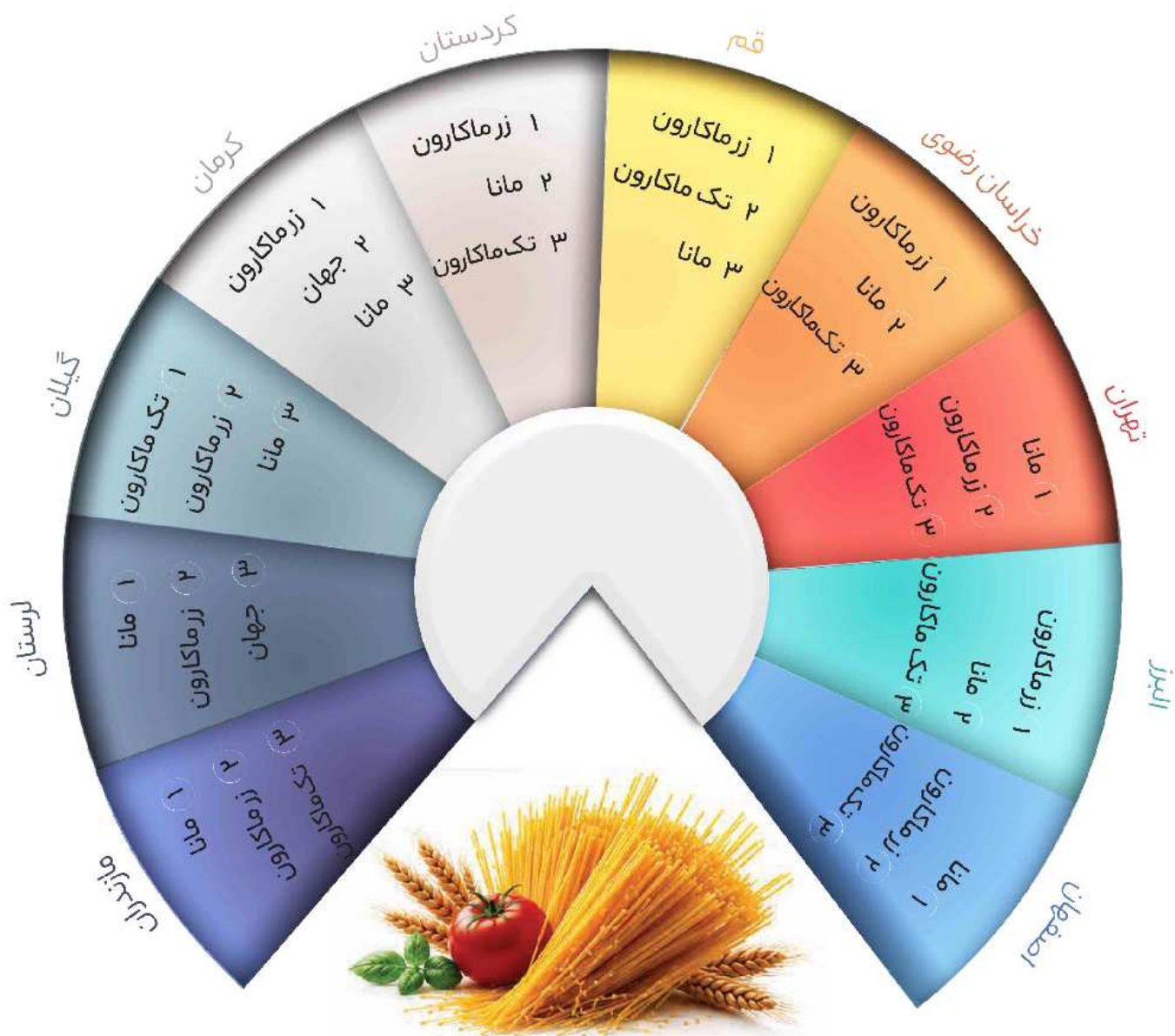


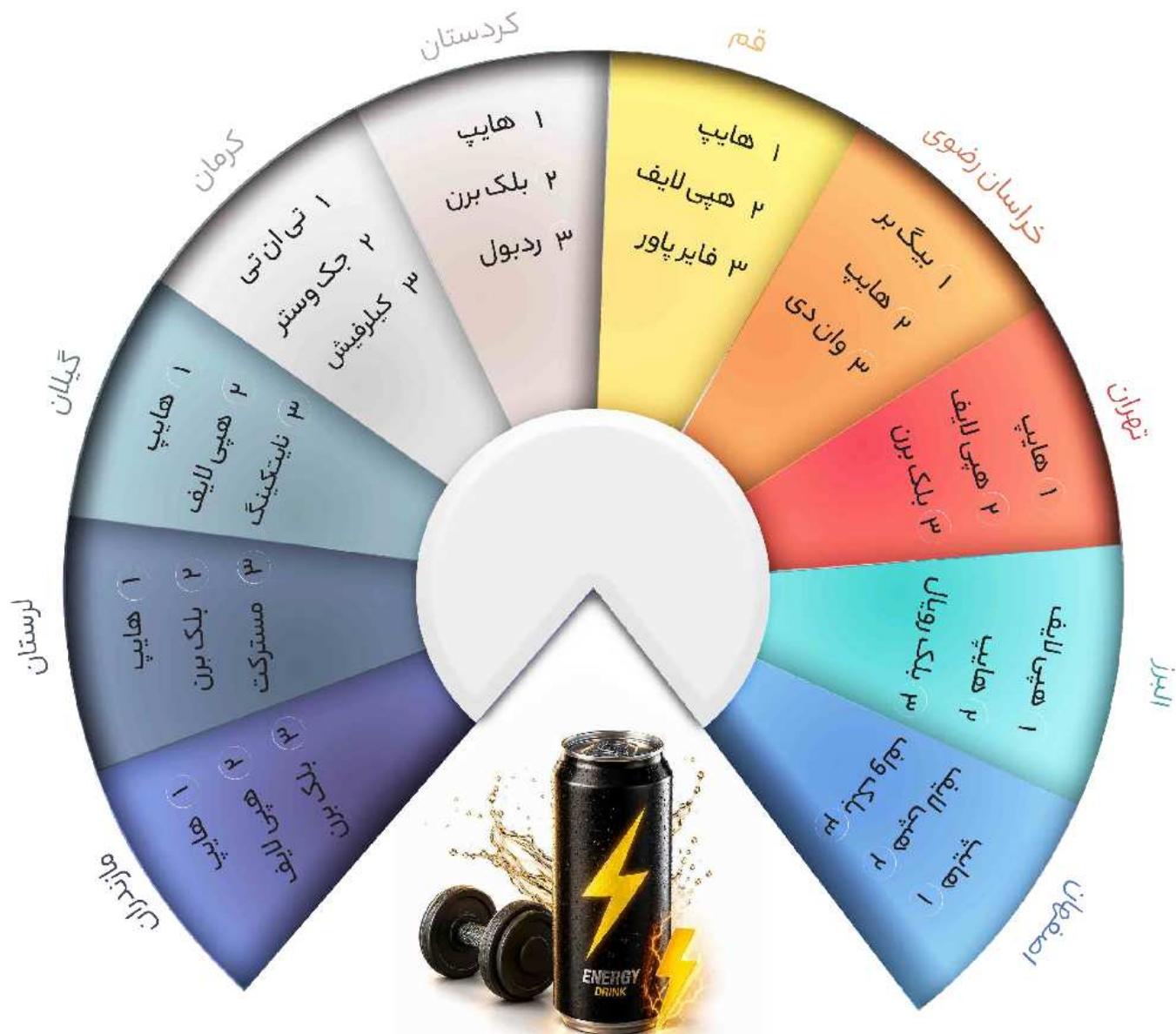




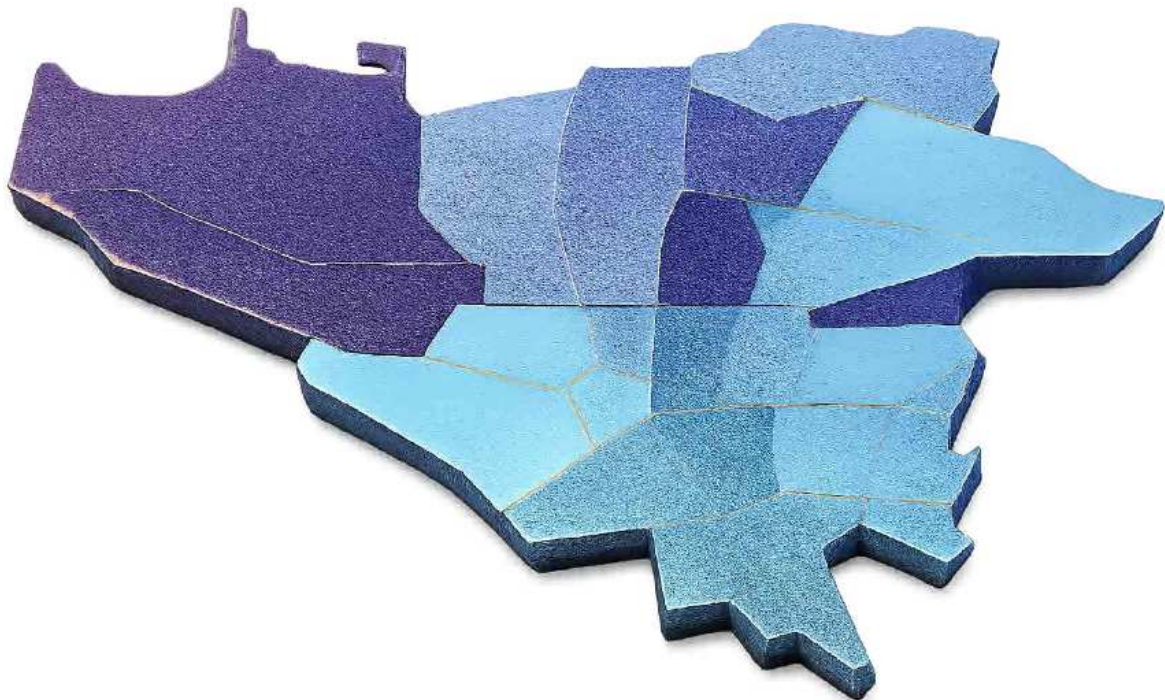


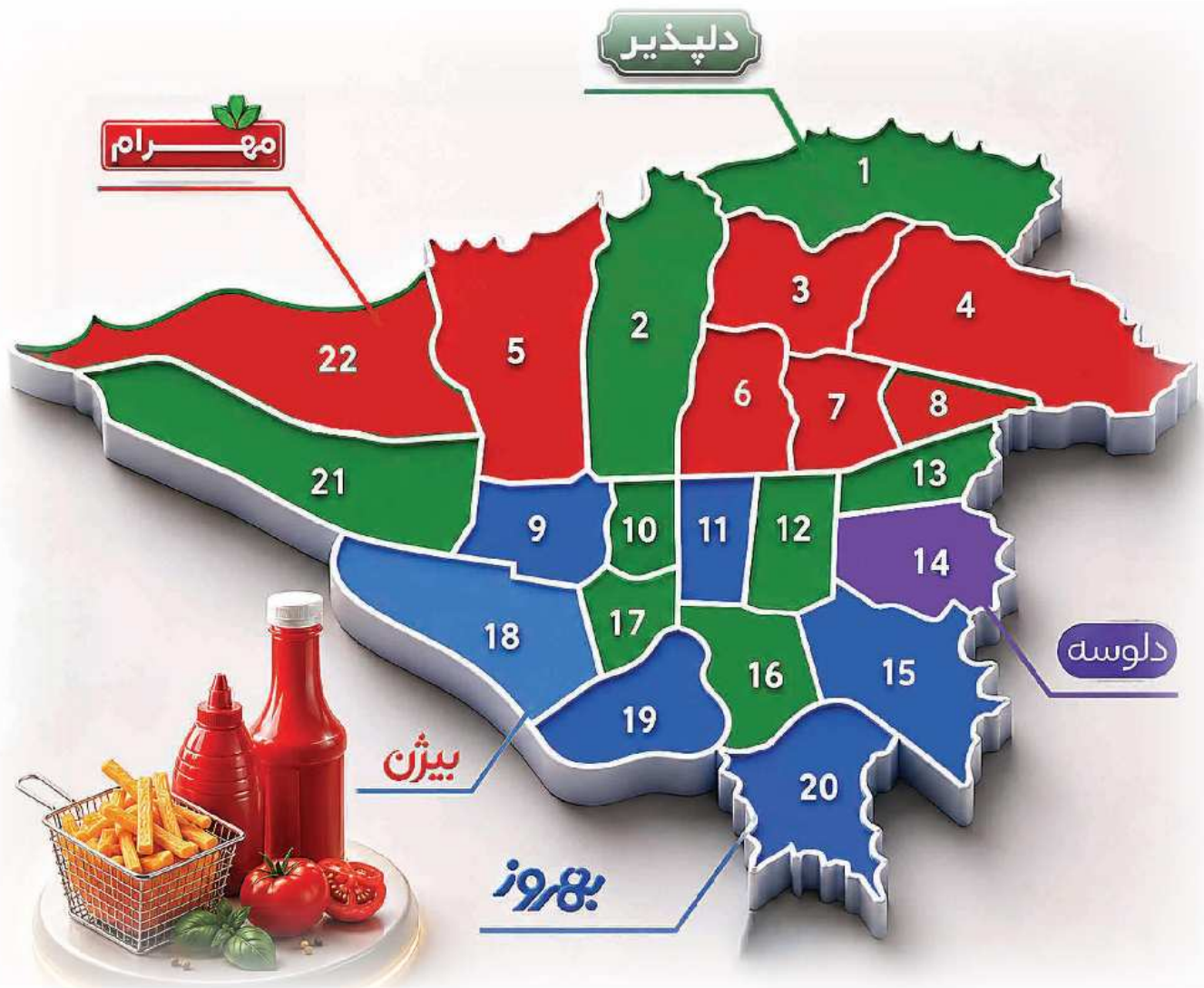






نه تنها در استان های مختلف، جایگاه برندها متفاوت است بلکه در مناطق مختلف تهران نیز رفتار مصرف، سطح قدرت خرید و الگوی رقابت تفاوت قابل توجهی را در بازار رقم زده است. این ناهمگنی، یک پیام روشن دارد: استراتژی های یکسان برای کل شهر، کارایی لازم را ندارند. موفقیت در تهران، نیازمند نگاه «منطقه محور» در تصمیم گیری های کلیدی مانند قیمت گذاری و پروموشن تا چیدمان کالا و مدیریت توزیع است.









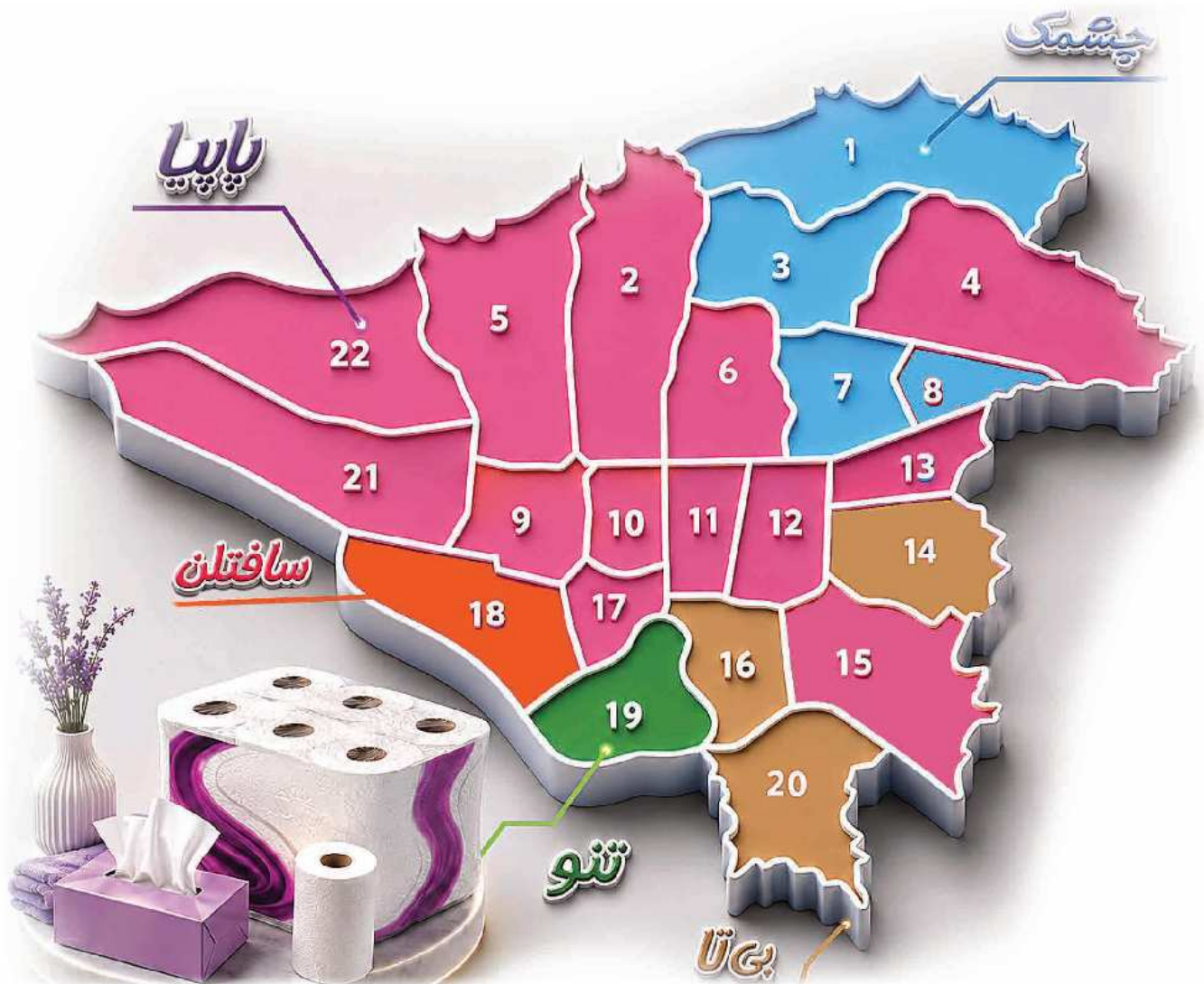
مزرعه ماهشام

دامداران

میهن

پگاه









ENERGY
DRINK
CLASSIC

GINSENG
CAFFEINE
TAURINE

10





بررسی سبدهای محصولی گروه های برتر

بررسی تنوع و سهم سبذ محصولات

۱۰ گروه برتر (براساس سهم بازار ریالی)



ترکیب سبد فروش گروه‌های برتر بازار به چه صورت است؟
درچه گروه‌هایی از شرکت‌های رقیب و برترعقب هستیم؟
دربرخی از گروه‌ها بخش عمده سهم سبد، تنها به یک گروه اختصاص دارد در
حالی‌که برخی دیگر درگروه‌های کالایی متنوعی حضور فعال و تاثیر گذاری دارند.

توجه شود که نسبت فروش، بر اساس قیمت فروش رفته کالا در سوپرمارکت
محاسبه شده و با توجه به حاشیه سود متفاوت گروه‌های کالایی، ممکن است
متفاوت از نسبت فروش شرکت به فروشگاه‌ها باشد.





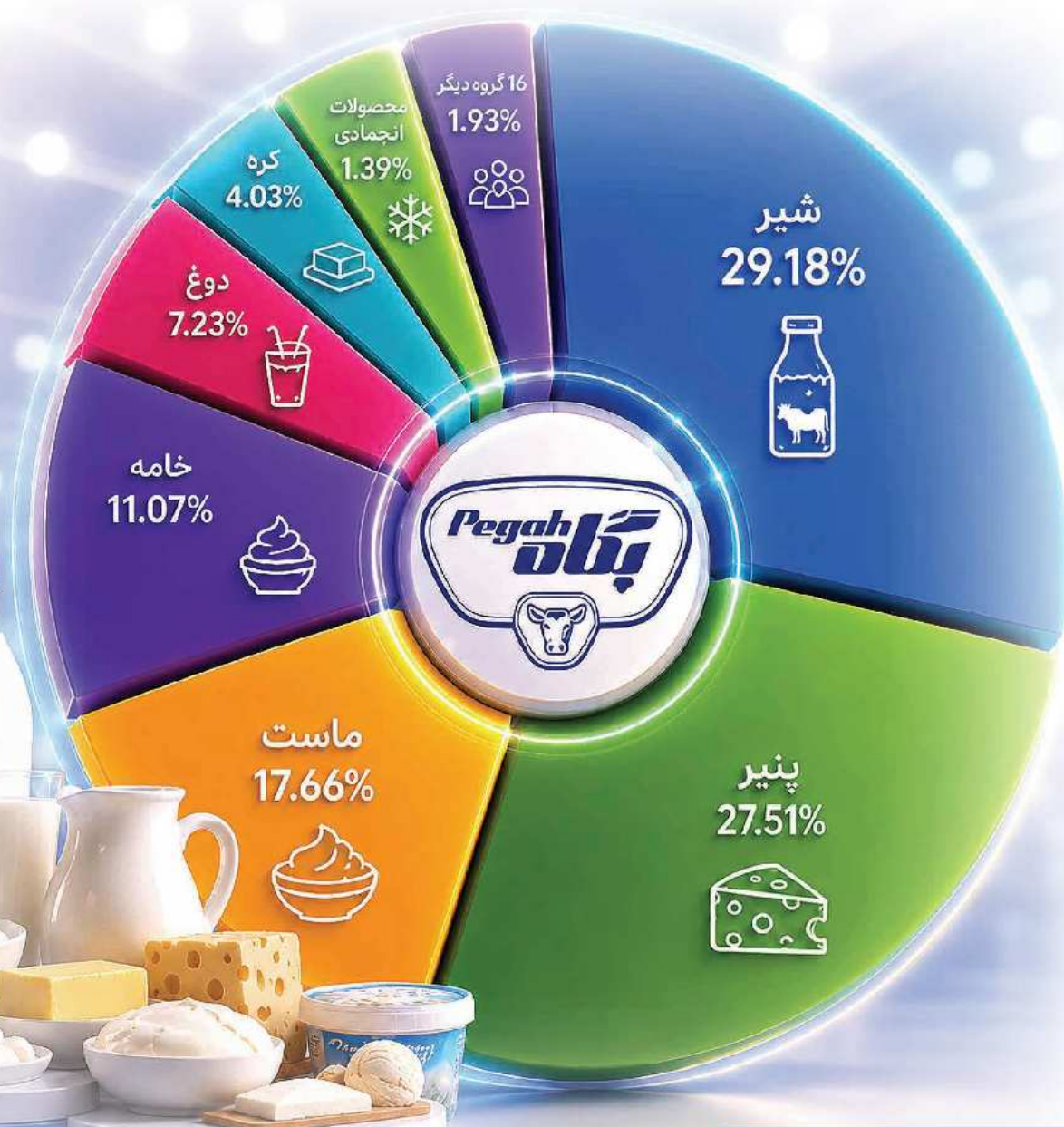






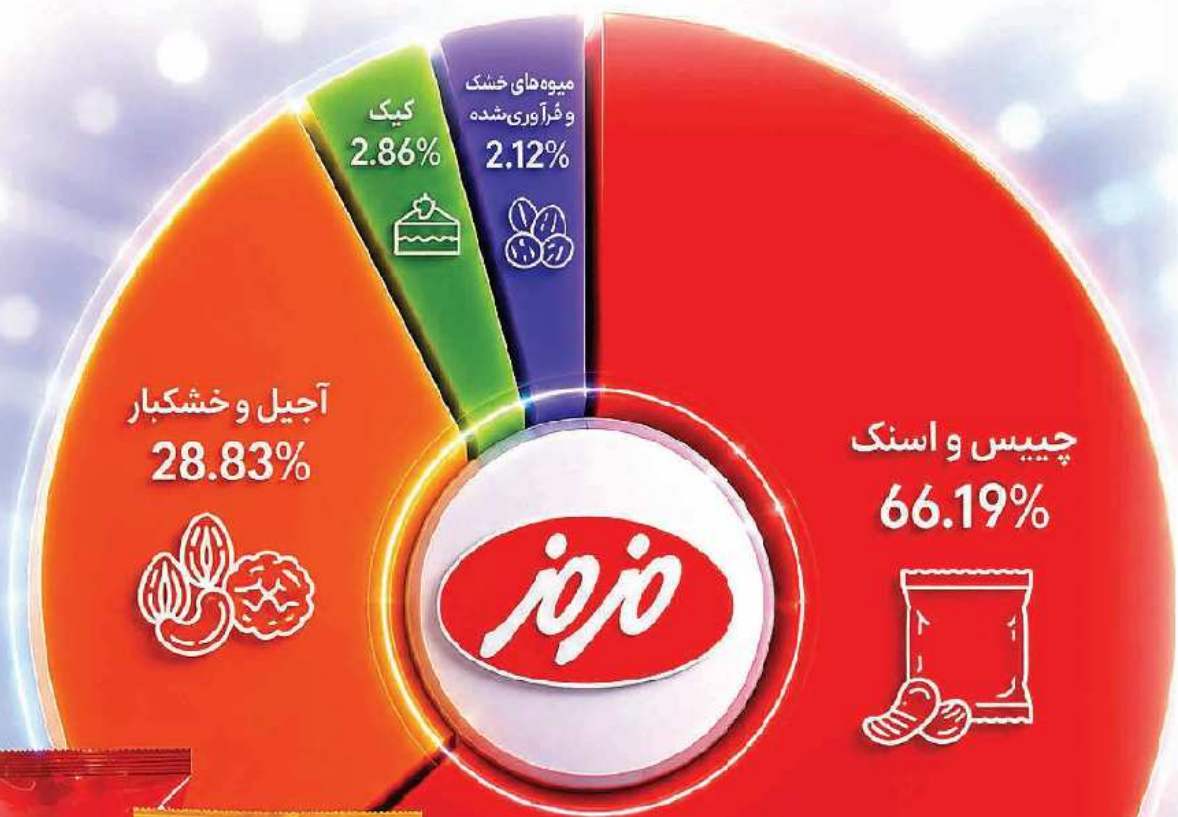












COLOR PROTECTION | STAIN REMOVER
CLEAN BREEZE



TOUGH ON GREASE | EASY RINSING
LEMON SCENT



Novitex

**DISHWASH
LIQUID**

■ TOUGH ON GREASE
■ EASY RINSING

LEMON



3 in 1

مايع ظرفي
ليمان





تَرین های بازار سال ۱۴۰۴

بیشترین ها در یک سوپرمارکت
متداول ترین ها در یک سوپرمارکت
بیشترین ورود ها و خروج ها در بازار
بیشترین و کمترین تنوع برند براساس جغرافیا

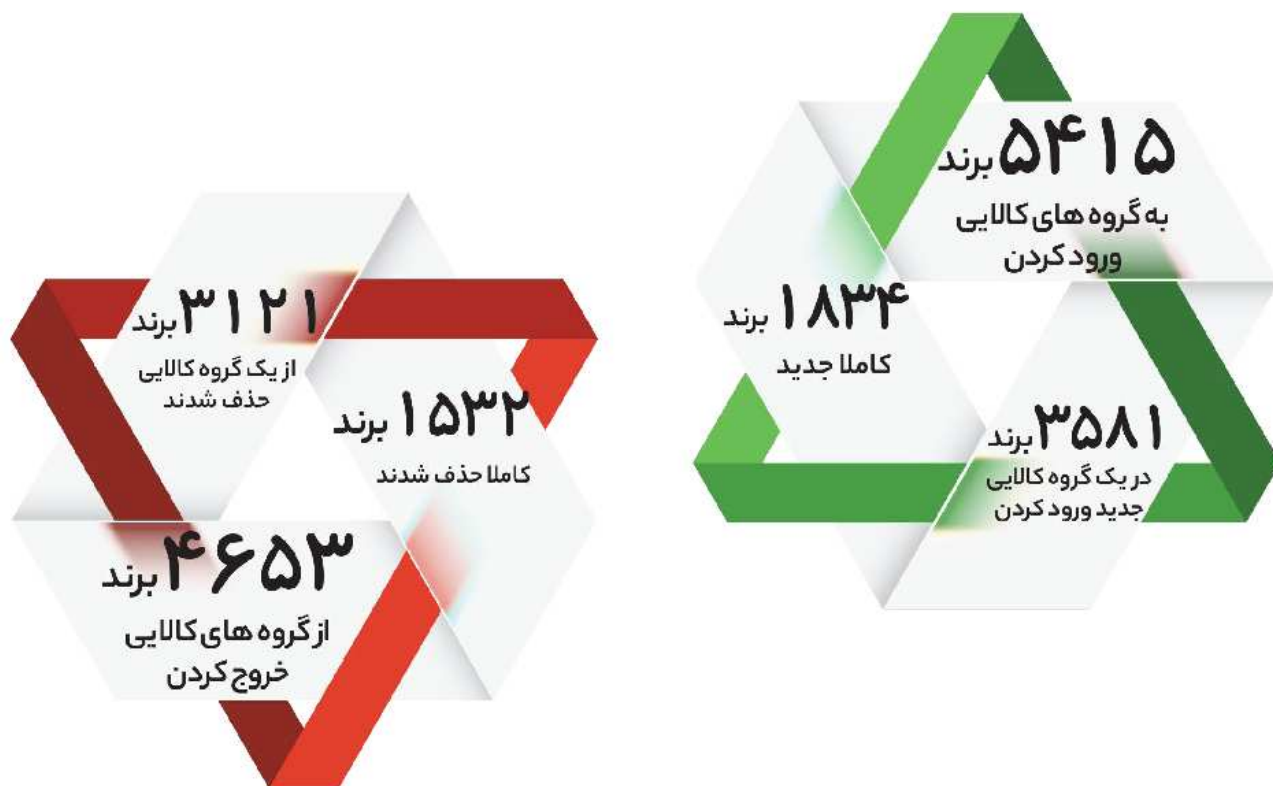
بیشترین هایی که طی یک ماه در یک سوپرمارکت رصد شده







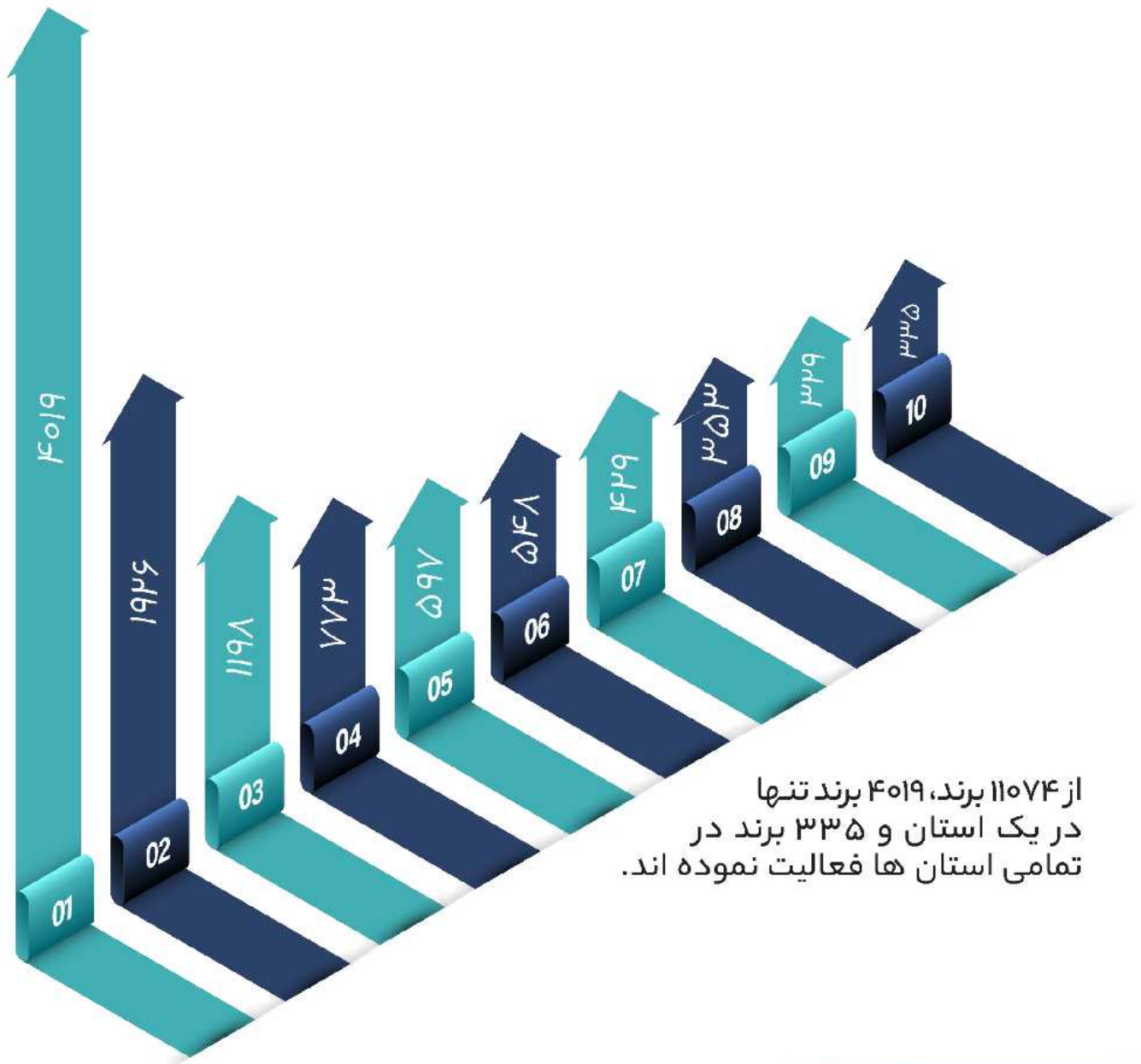
▲ در سال ۱۴۰۴، در کل ۵۴۱۵ برند ورود کردن به گروه های کالایی جدید که ۱۸۳۴ برند از قبل وجود نداشتن و جدید هستند مثل کروسو کافی؛ مابقی برندها از قبل موجود بودن و ورود کردن به گروه کالایی جدید. به عنوان مثال برند آیدین، از قبل وجود داشته ولی در سال ۱۴۰۴ در گروه فرآورده های قهوه ورود کرده است.







در سال ۱۴۰۴ تعداد ۱۱۰۷۴ برند در ۱۰ استان رصد شده اند که بیشترین تعداد برند برای استان تهران و ۸۰۸۲ عدد و کمترین آن برای استان کرمان و ۱۸۱۷ عدد می باشد.



از ۱۱۰۷۴ برند، ۴۰۱۹ برند تنها در یک استان و ۳۳۵ برند در تمامی استان ها فعالیت نموده اند.

بیشترین تنوع برند: لواشک و آلوچه
کمترین تنوع برند: زرشک

لواشک و آلوچه

321

برند



خرما

306

برند



زرشک

86

برند





در بین ۷۳ گروه کالایی، بیشترین تنوع در گروه میوه های خشک و فرآوری شده با ۷۶۰ برند (۶٪ از کل برندها)

و کمترین تنوع در گروه خامه با ۶۹ برند (۰.۶۲٪ از کل برندها)

در گروه میوه های خشک و فرآوری شده، گروه خرما و گروه لواشک و آلوچه باعث افزایش تنوع برند در این گروه شده است و زرشک کمترین تنوع برند را به خود اختصاص داده است.



بیشترین و کمترین تنوع برند

در گروه محصول دستمال

بیشترین تنوع برند

دستمال جعبه ای

237

برند



کمترین تنوع برند

دستمال جیبی

30

برند





در گروه محصول دستمال که چهارمین گروه پرتنوع در بین سایر گروه‌هاست، بیشترین تنوع در گروه دستمال جعبه ای با ۲۳۷ برند و کمترین در گروه دستمال جیبی با ۳۰ برند قرار دارد.



بیشترین تنوع در گروه اسنک
و کمترین در گروه چیپس

اسنک

63

برند



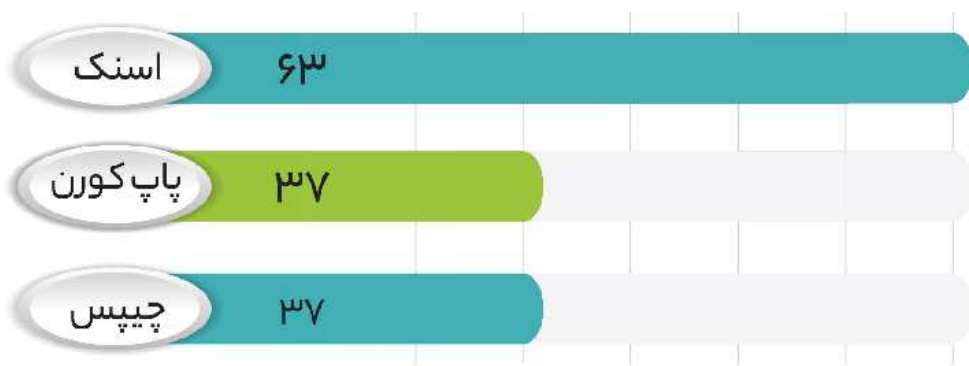
چیپس

37

برند



در گروه محصول چیپس و اسنک، بیشترین تنوع در گروه اسنک با ۶۳ برند و کمترین در گروه چیپس با ۳۷ برند قرار دارد.



EASYPICK
نسل نوین پاکیزگی



نرم و لطیف



دو لایه



تیشو ۱۰۰٪ بکر



نسل نوین پاکیزگی



برش کامل



سه لایه



تیشو ۱۰۰٪ بکر



محصولات برتر در سوپرمارکت ها

معرفی سه محصول برتر در هر گروه کالایی

▲ بیش از ۱۱۰ هزار بارکد فعال در سال ۱۴۰۴ (۵۹ هزار بارکد فعال در هر ماه)

▲ اضافه شدن ۶۷۰ بارکد در هر هفته به صورت میانگین



روغن

- ۱ روغن نیمه جامد ۵ کیلویی لادن
- ۲ روغن مایع آفتابگردان ۱۳۵۰ گرمی لادن
- ۳ روغن مایع آفتابگردان ۸۱۰ گرمی لادن



ماکارونی

- ۱ اسپاگتی ۱/۲ ۷۰۰ گرم زرماکارون
- ۲ اسپاگتی ۱/۲ ۷۰۰ گرمی مانا
- ۳ اسپاگتی ۱/۴ ۷۰۰ گرمی مانا





سس

- ۱ سس هزار جزیره ۴۵۰ گرمی دلیذر
- ۲ سس مایونز ۶۳۰ گرم مه‌رام
- ۳ سس گوجه فرنگی ۴۵۴ گرمی دلیذر



پنیر

- ۱ پنیر خامه‌ای ویلی ۲۰۰ گرمی کاله
- ۲ پنیر لبنه آنا ۳۵۰ گرمی کاله
- ۳ پنیر خامه‌ای ویلی ۳۵۰ گرمی کاله



چای

- ۱ چای معطر ۵۰۰ گرم دوغزال
- ۲ چای ارل گری ۴۰۰ گرمی شهرزاد
- ۳ چای هندوستان ۵۰۰ گرمی گلستان



دخانیات

- ۱ سیگار کینگ نقره ای وینستون
- ۲ سیگار کینگ آبی وینستون
- ۳ سیگار سوپر اسلیم نقره ای وینستون



رب

- ۱ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرم روژین
- ۲ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی طبیعت
- ۳ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی چین چین



تون ماهی

- ۱ کنسرو ماهی تن در روغن ۱۸۰ گرمی شیلتون
- ۲ کنسرو ماهی تن در روغن ۱۸۰ گرمی طبیعت
- ۳ کنسرو ماهی تن در روغن گیاهی ۱۸۰ گرمی گالکسی



غذای آماده

- ۱ الویه مرغ ۵۰۰ گرمی نامی نو
- ۲ ساندویچ مرغ گریل ۲۵۰ گرم کاپو
- ۳ الویه کالباس ۵۰۰ گرمی نامی نو



بستنی

- ۱ بستنی میرکس کلاسیک ۶۰ گرمی میهن
- ۲ بستنی ویفرنازعفرانی ۷۵ گرمی میهن
- ۳ بستنی پریما کلاسیک ۸۵ گرمی میهن



ماست

- ۱ ماست سون ۱۸۰۰ گرمی کاله
- ۲ ماست سون ۹۰۰ گرمی کاله
- ۳ ماست سون ۲۷۰۰ گرمی کاله



دوغ

- ۱ دوغ بدون گاز نعنایی ۱۵۰۰ میلی لیتری عالیس
- ۲ دوغ بدون گاز ۲۰۰۰ میلی لیتری پگاه
- ۳ دوغ گازدار ۱۰۰۰ میلی لیتری آبعلی





شوینده ظروف

- ۱ مایع ظرفشویی لیمو ۳۷۵۰ گرمی پریل
- ۲ مایع ظرفشویی لیمو ۱۰۰۰ گرمی پریل
- ۳ مایع ظرفشویی لیمویی ۳۷۵۰ گرمی دورتو



نظافت منزل

- ۱ مایع پاک کننده اسیدی ۱۰۰۰ میلی لیتری من
- ۲ سفید کننده سبز ۷۵۰ میلی لیتری دامستوس
- ۳ سفید کننده سفید ۷۵۰ میلی لیتری دامستوس



کره

- ۱ کره حیوانی ۵۰ گرمی شکلی
- ۲ کره حیوانی ۵۰ گرمی پاک
- ۳ کره حیوانی ۱۰۰ گرمی پاک



خامه

- ۱ خامه صبحانه ۲۰۰ میلی لیتری کاله
- ۲ خامه صبحانه ۱۰۰ گرمی پاک
- ۳ خامه صبحانه ۲۰۰ گرمی پگاه





دستمال

- ۱ دستمال کاغذی اقتصادی دولایه ۲۵۰ برگ تنو
- ۲ دستمال کاغذی اقتصادی دولایه ۲۵۰ برگ پاپیا
- ۳ دستمال توالت چهارلایه ۲ رولی پاپیا



محصولات جذبی بهداشتی

- ۱ پوشک بچه سایز ۵ ۲۸ عددی مولفیکس
- ۲ پوشک بچه سایز ۴ ۳۴ عددی مولفیکس
- ۳ پوشک بچه سایز ۶ ۲۴ عددی مولفیکس





آبمیوه

- ۱ نوشیدنی هلو ۲۴۰ میلی لیتری رانی
- ۲ نوشیدنی آناناس ۲۴۰ میلی لیتری رانی
- ۳ نکتار آلبالو ۱۰۰۰ میلی لیتری سن ایچ



چیپس و اسنک

- ۱ اسنک کرانچی پنیری ۹۵ گرمی چی توز
- ۲ پفک چرخي ۸۰ گرمی چی توز
- ۳ چیپس نمکی دل مزه ۹۰ گرمی مزمز





بهداشت مو

- ۱ شامپو سیر ۴۵۰ گرمی پرژک
- ۲ شامپو موهای معمولی ۱۰۰۰ گرمی شبنم
- ۳ شامپو گیاهی سدر ۱۰۰۰ گرمی صحت



بهداشت بدن

- ۱ صابون حمام سبز ۶ عددی ۱۳۰ گرمی گلنار
- ۲ صابون حمام جوان ۵ عددی ۱۰۰ گرمی گلنار
- ۳ صابون بارایچه گل های سفید ۹۰ گرمی لوکس



بیسکویت

- ۱ بیسکویت سبوس دار ساقه طلایی ۲۰۰ گرمی مینو
- ۲ بیسکویت کرمدار ساقه طلایی ۱۹۲ گرمی مینو
- ۳ بیسکویت های بای ۱۵۰ گرمی شیرین عسل



کیک

- ۱ کیک دانمارکی ۷۵ گرمی معینی پور
- ۲ کیک تاینی دو قلو فندق ۶۰ گرمی شیرین عسل
- ۳ کروسان شکلاتی ۵۰ گرمی پیج





آجیل و خشکبار

- ۱ بادام زمینی نمکی ۳۰ گرم مزمز
- ۲ بادام زمینی سرکه ای ۳۵ گرمی مزمز
- ۳ مغز تخمه آفتابگردان نمکی ۳۰ گرم مزمز



محصولات انجمادی

- ۱ پنیر پیتزا مخلوط خالای ۵۰۰ گرمی مطهر
- ۲ پنیر پیتزا رنده شده پروسس ۵۰۰ گرمی مطهر
- ۳ پنیر ورقه ای گودا پروسس ۱۸۰ گرمی کاله





شوینده لباس

- ۱ مایع لباسشویی یونیورسال ۲۷۰۰ گرمی پرسیل
- ۲ پودر لباسشویی ۵۰۰ گرمی سافتلن طلایی
- ۳ مایع لباسشویی لوندرو ۲۷۰۰ گرمی پرسیل



بهداشت دهان و دندان

- ۱ خمیردندان ۷ کاره و سفیدکننده ۱۰۰ میلی لیتری مریدنت
- ۲ خمیردندان ضد پوسیدگی ۱۰۰ میلی لیتری سیگنال
- ۳ خمیردندان ژله ای نعنای ۱۰۰ میلی لیتری مریدنت





نوشابه و انرژی زا

- ۱ نوشابه کولا ۱۵۰۰ میلی لیتری کوکا کولا
- ۲ لیموناد ۱۰۰۰ میلی لیتری زمزم
- ۳ نوشابه پرتقالی ۱۵۰۰ میلی لیتری فانتا



آب

- ۱ آب معدنی ۶ تایی ۱۵۰۰ میلی لیتری واتا
- ۲ آب معدنی ۱۵۰۰ میلی لیتری دسانی
- ۳ آب گازدار بدون قند لیمویی ۵۰۰ میلی لیتری آکوافینا







طبیعت

Tomato Paste
پاستوریزه گوجه فرنگی

۷۰۰ گرم
پاستوریزه



اثر جنگ و آزادسازی ارزی

تاثیر جنگ و آزادسازی ارزی در گروه های کالایی کنسرو، تون ماهی،
نظافت منزل، حبوبات و سویا، ماکارونی، بهداشت بدن

جنگ

و آزادسازی ارزی

محصولات سوپرمارکتی

تأثیر جنگ و آزادسازی ارزی

اختلال در زنجیره تامین

افزایش قیمت ها

کاهش قدرت خرید

تغییر در الگوی مصرف

فشار بر تولیدکنندگان

تغییر در رفتار برندها

محصولات تحت تأثیر

مواد غذایی

نوشیدنی ها

محصولات بهداشتی

پاک کننده ها

شیرینی و تنقلات

لبنیات و فرآورده ها

برنج





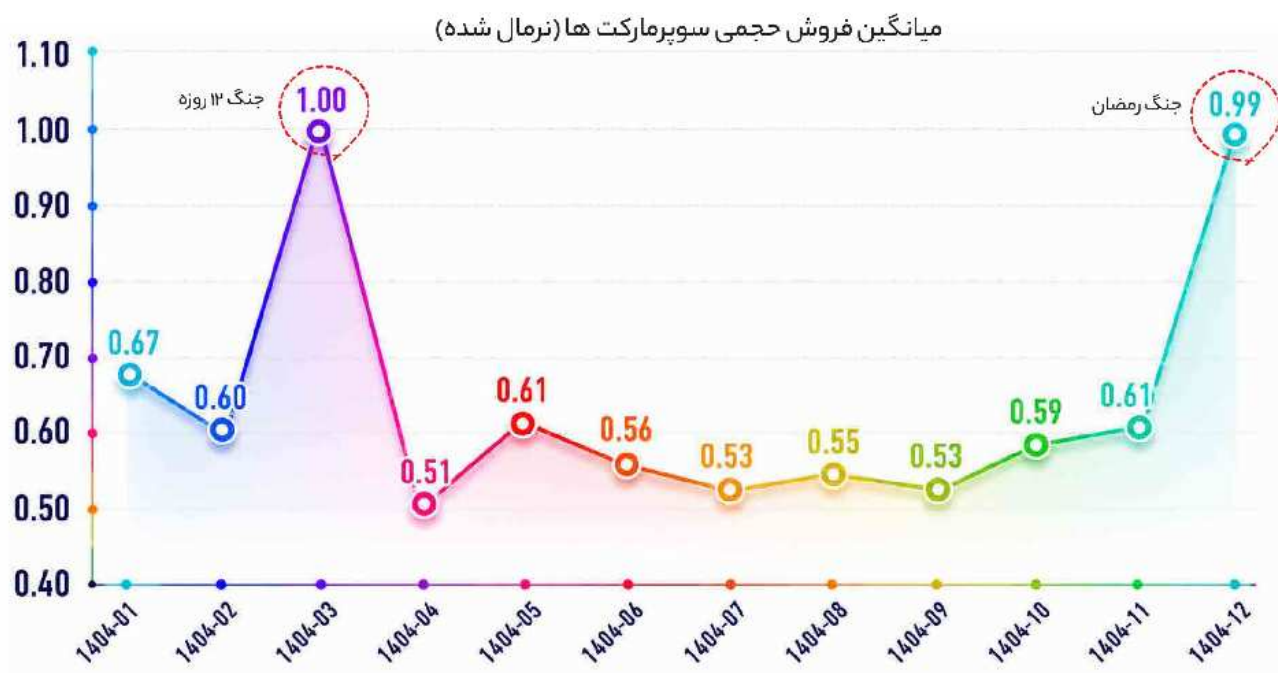
جنگ ۱۲ روزه، حذف ارز ترجیحی، تخصیص کالابرگ، و جنگ رمضان در سال ۱۴۰۴، الگوی مصرف خانوارها را در دو فاز مجزا بازتعریف کردند: ابتدا «انباشت احتیاطی» و سپس «تغییر سبد کالا».

جنگ ۱۲ روزه در ۲۳ خرداد سبب شد مردم دست به انباشت احتیاطی بزنند و با توجه به عدم تجربه در زیست جنگی، رفتاری هیجانی در خرید برخی از کالاها رخ داد. اما این مساله در جنگ رمضان در ۹ اسفند شدت کمتری داشت.

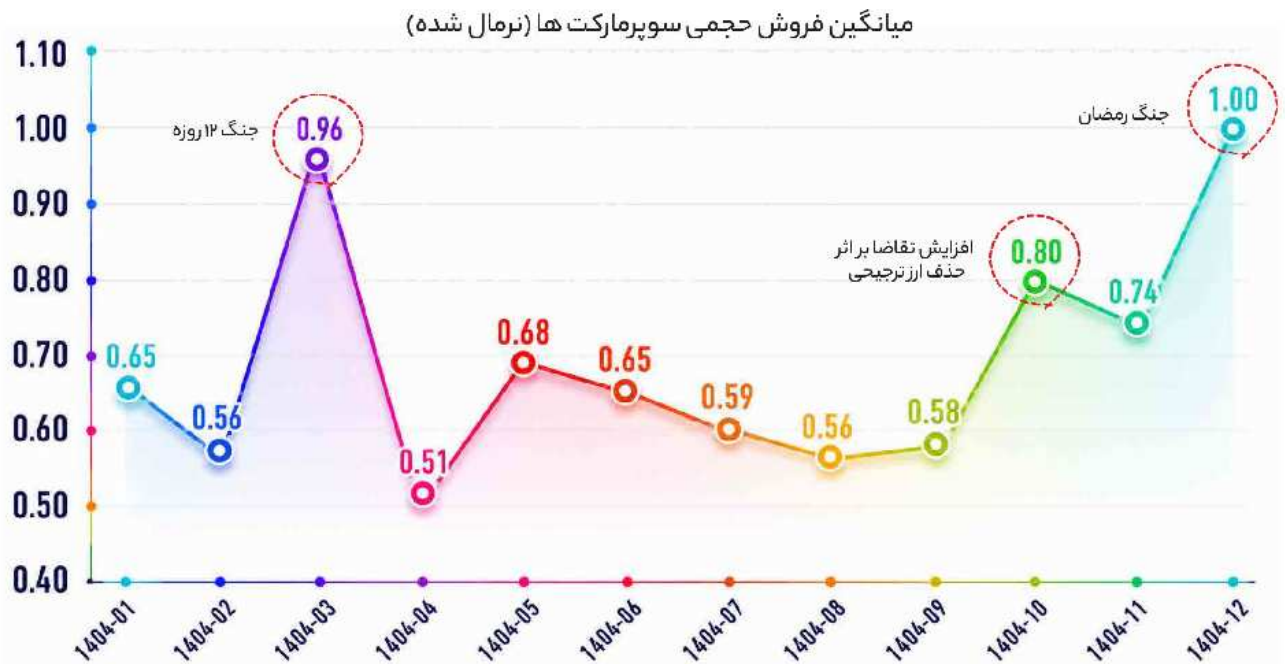
حذف ارز ترجیحی سبب تورم افسارگسیخته قیمت ها گردید (تا ۳ برابر در برخی از کالاها) و سیاست کالابرگ توانست تا حدودی مانع سقوط آزاد فروش شرکت ها شود اما در نهایت تورم عموم مردم را به تغییر سبد کالا به سمت کالاهای ضروری سوق داد.



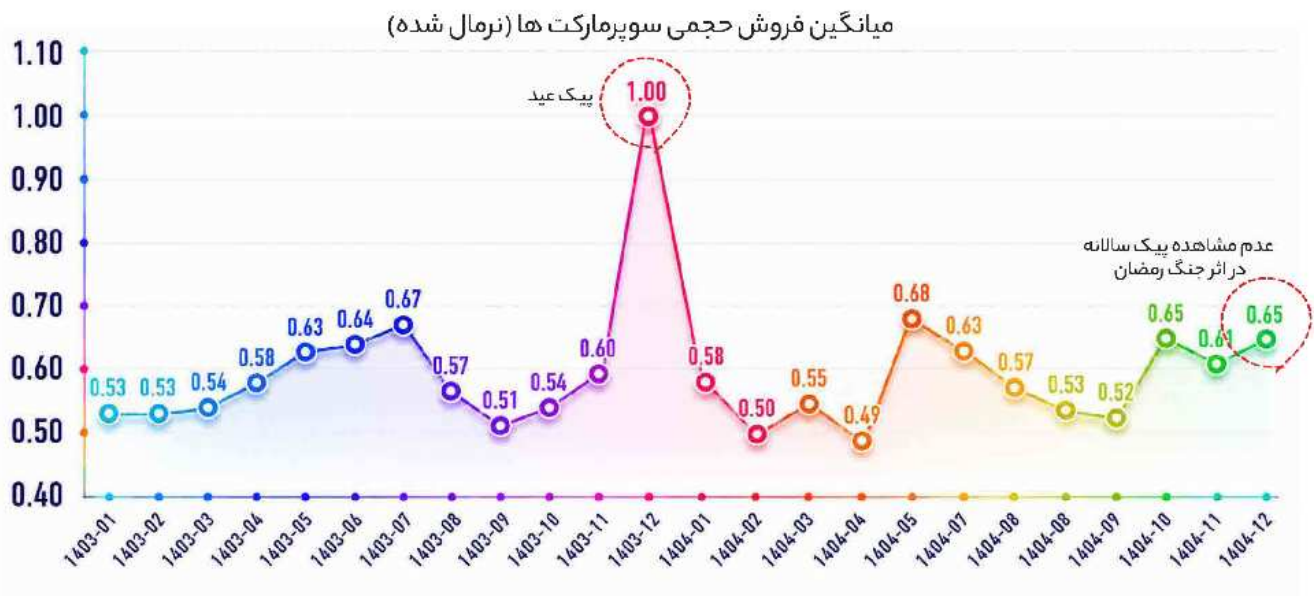
در کنسروهای غیرگوشتی، داده‌های فروش دو پیک اصلی تقاضا در سال ۱۴۰۴ را تجربه کرده است: جنگ ۱۲ روزه و جنگ رمضان
دلیل این دو افزایش، واکنش مستقیم به ناامنی ناشی از جنگ و تمایل به انباشت مواد غذایی بادوام و آماده مصرف بود.



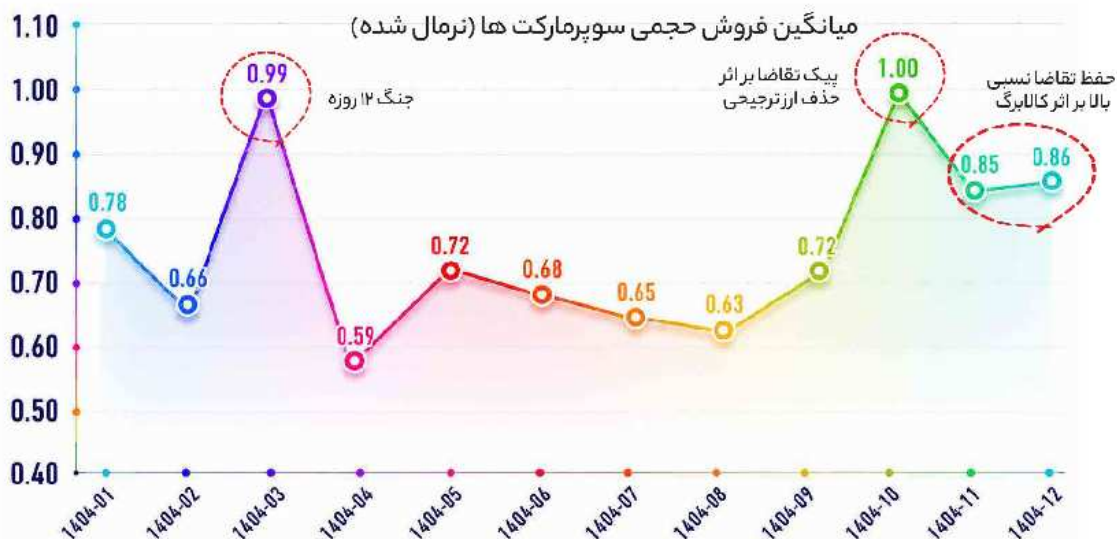
مشابه رفتار خرید کنسروبیجات، تون ماهی نیز در هر دو جنگ تحمیلی با افزایش تقاضا روبرو شد. اما نکته قابل توجه پیک تقاضا مربوط به دی ماه است. با توجه به افزایش قابل توجه قیمت مرغ، به نظر می رسد که تورم بسیار کمتر تون ماهی آن را به عنوان کالای جایگزین در سبد خانوار جای داده است.



خانواده‌های ایرانی در آستانه سال نو، مصرف محصولات نظافت منزل را به شدت افزایش می‌دهند. این رفتار فصلی و تکراری هر ساله رخ می‌دهد. اما با توجه به جنگ رمضان، نه تنها خانه‌تکانی، بلکه بسیاری از مراسم نوروزی ۱۴۰۴ تحت الشعاع شرایط جنگی قرار گرفت. این یعنی نه به دلیل کاهش قدرت خرید، بلکه به دلیل مسافرت بسیاری از خانواده‌ها از خانه خود، توقف آیین خانه‌تکانی و عدم انجام مراسم نوروزی جنگ، تقاضا به شدت کاهش یافت.

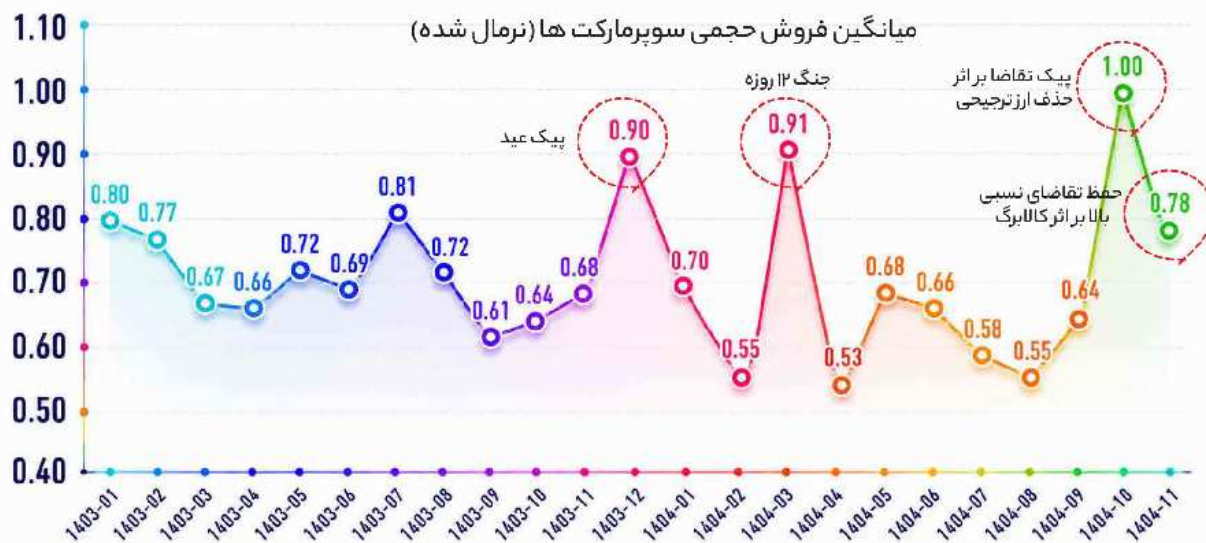


حبوبات و سویا در سال ۱۴۰۴ دو پیک تقاضا داشتند: یکی در خرداد (واکنش به جنگ ۱۲ روزه) و دیگری در دی ماه. اما برخلاف سال‌های قبل که پیک دوم در اسفند رخ می‌داد، فروش حجمی دی ماه از اسفند بالاتر بود. این الگو نشان می‌دهد که علاوه بر شوک قیمتی حذف ارز ترجیحی، دو عامل دیگر نیز مؤثر بودند: ****کالابرگ الکترونیکی**** (که از ۱۷ دی فعال شد و حبوبات را در سبد ۱۱ قلمی خود داشت) و ****ماهیت بادوام حبوبات**** که آنها را به گزینه‌ای ایده‌آل برای تبدیل اعتبار به دارایی با ارزش تبدیل کرد. در نتیجه، کالابرگ در سه ماه پایانی سال از کاهش شدیدتر فروش جلوگیری کرد و سطح فروش را پس از شوک ارزی بالاتر از وضعیت عادی نگه داشت.

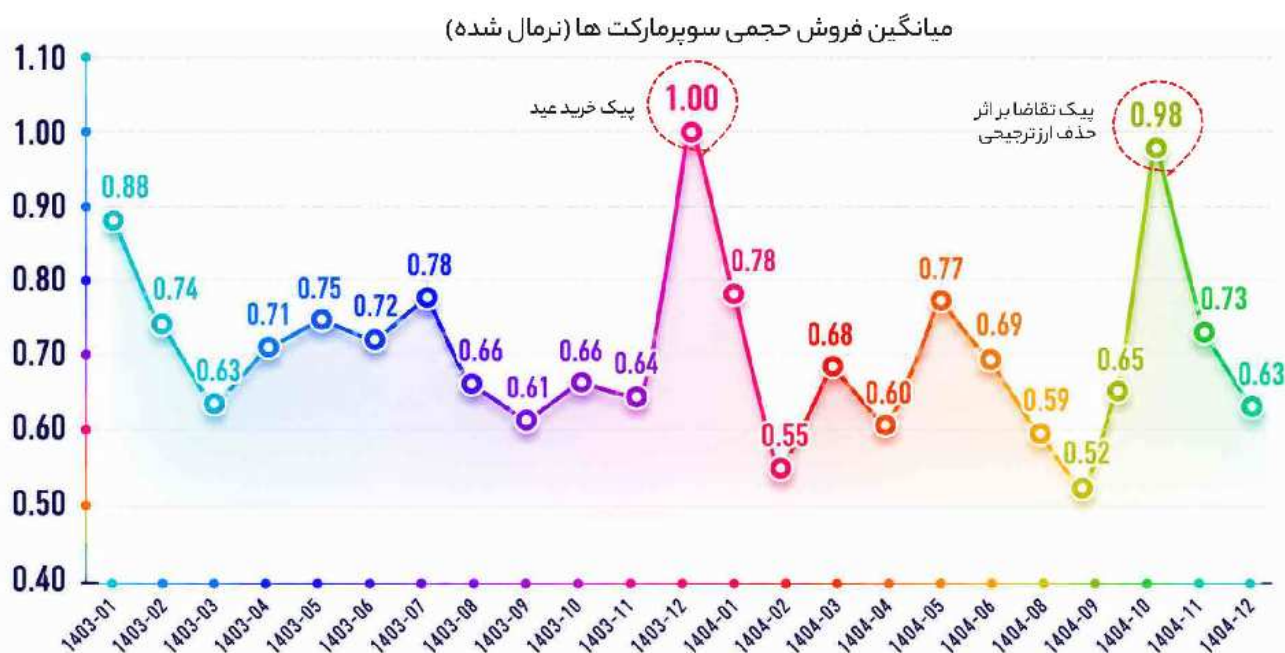




ماکارونی نقش پررنگی در سبد خرید خانوار داشته و با توجه به به تثبیت قیمت گندم (علیرغم آزادسازی ارزی) قیمت آن ثابت ماند و چون از اقلام برجسته کالابرگ بود در دی ماه با افزایش بسیار چشمگیر تقاضا روبرو شد. در واقع شاید بتوان گفت ماکارونی به صرفه ترین وعده غذایی در سفره می باشد. در زمان جنگ نیز با توجه به ماندگاری و اولویت در سبد خانوار، افزایش تقاضا در این گروه کالایی مشاهده می شود.



حذف ارز ترجیحی در دی ماه ۱۴۰۴، با ایجاد انتظارات تورمی، یک موج خرید هیجانی و پیشگیرانه در زمستان ایجاد کرد و الگوی مصرف بهداشتی خانوارها را به انباشت احتیاطی تغییر داد و به جای اینکه مردم مشابه سال های قبل در اسفند ماه بیشترین میزان خرید را داشته باشند این اتفاق در دی ماه رخ داد.



oveo
Shine

FOR
ALL SKIN
TYPES

طراوت و شادابی برای تمام بدن

مراقبت روزانه با فرمولاسیون ملایم
و مناسب برای همه نوع پوست

خنک کننده
و انرژی بخش

طراوت بخش
و شاداب کننده

آرامش بخش
و ضد استرس

مغذی
و نرم کننده

نرم کننده
و آبرسان

مناسب بانوان
یا رایحه ای دل انگیز

مناسب آقایان
یا رایحه ای خنک



پوستی تمیز، نرم
و خوشبو
EVERY DAY



▶ در سال ۱۴۰۴ بیشترین میزان تورم در گروه های اصلی مربوط به گروه "محصولات دخانی" با ۱۵۹٪ افزایش می باشد.

▶ بیشترین تورم در گروه کالای اساسی با حدود ۲۹۷٪ به روغن اختصاص یافته و از کمترین تورم ها مربوط به شربت با ۴۴٪ بوده است

▶ در این بخش، شاخص تورم در زیر گروه های مختلف محصولات، بر پایه داده های واقعی فروش تحلیل شده تا تصویری دقیق، عملیاتی و قابل اتکا از دینامیک های پنهان بازار ارائه شود.

▶ به منظور محاسبه تورم گروه های کالایی، میزان تغییرات قیمت به ازای واحد جز محصول (گرم / عدد / لیتر) در اسفند ماه ۱۴۰۴ در مقایسه با اسفند ۱۴۰۳ مورد محاسبه قرار گرفته است. همچنین، سهم بازار هر گروه کالایی به عنوان وزن، در میانگین وزنی محاسبه تورم لحاظ شده است

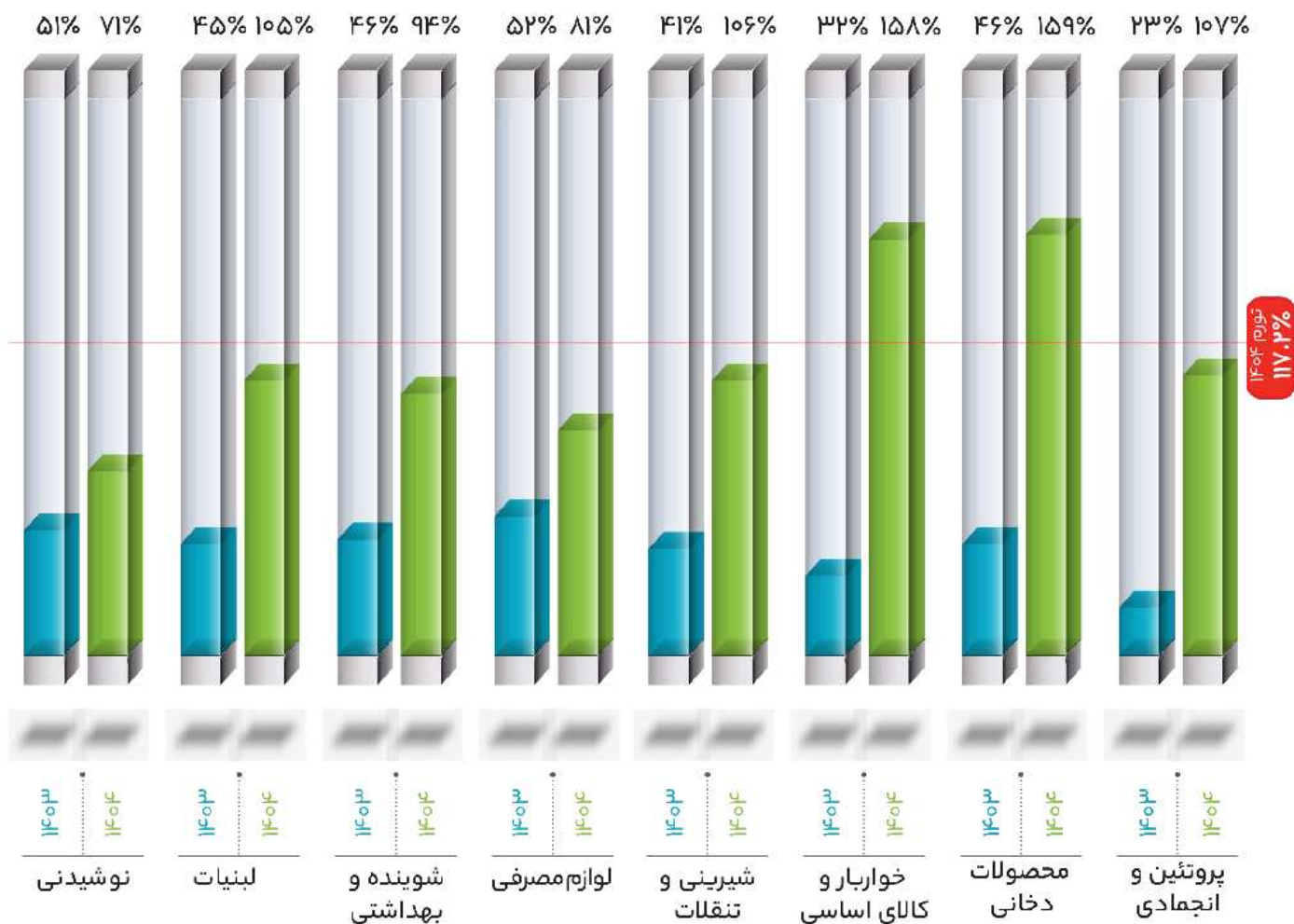


شاخص تورم کل بازار محصولات سوپرمارکتی



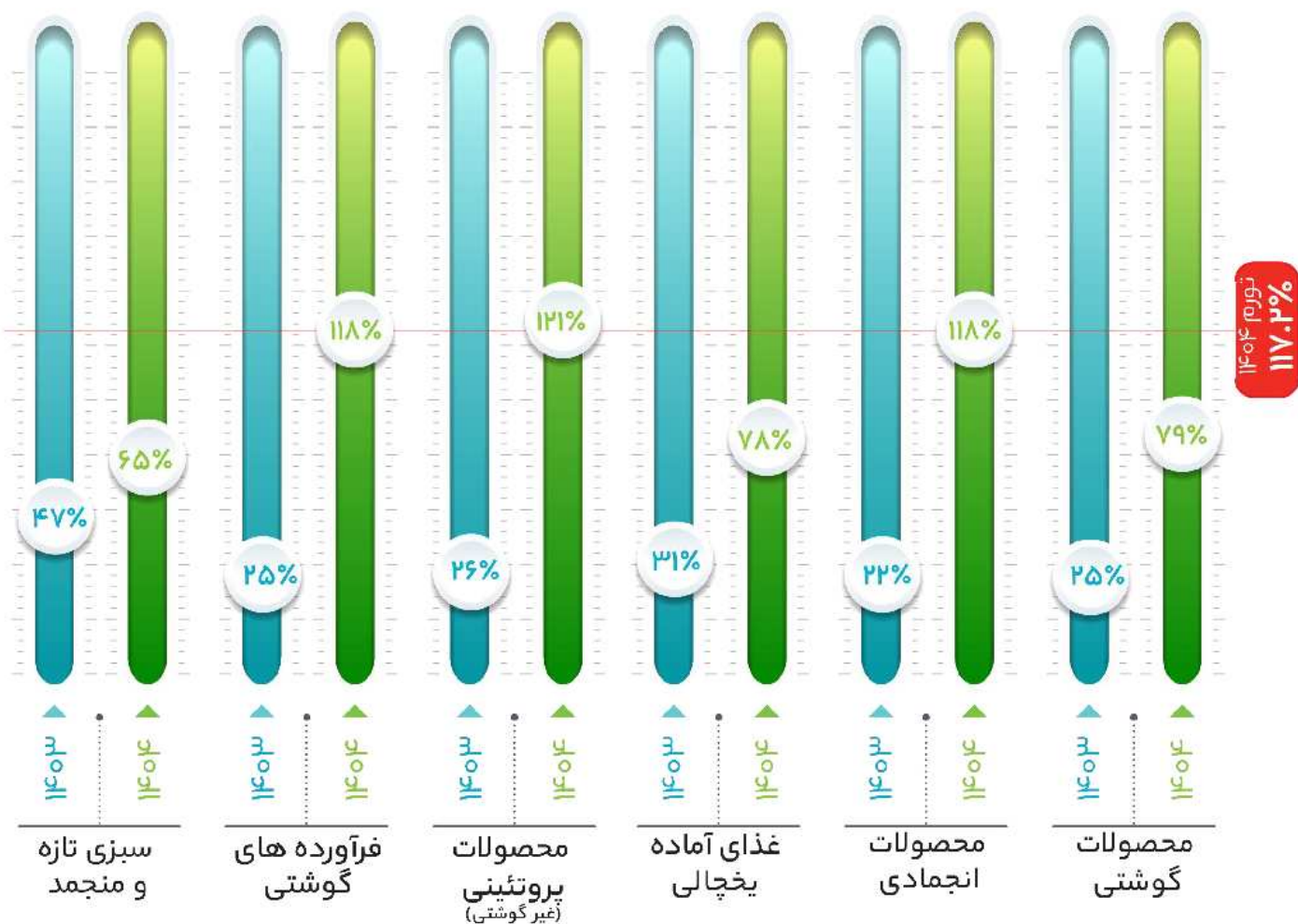


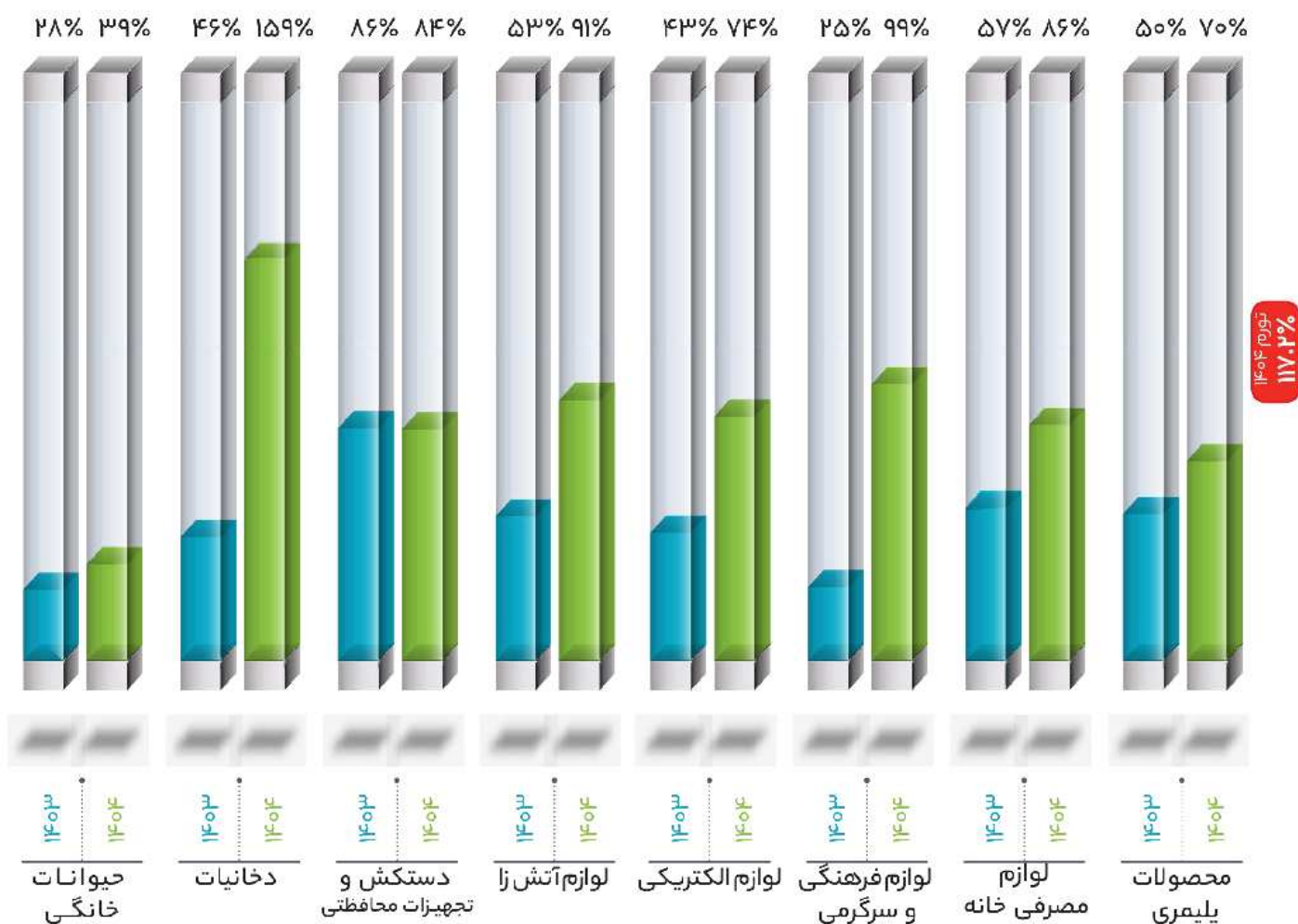
۱۴۰۲	۱۴۰۳	۱۴۰۴	
 پروتئینی و انجمادی	 لوازم مصرفی، آشپزخانه و فرهنگی	 محصولات دخانی	۱
 لوازم مصرفی، آشپزخانه و فرهنگی	 نوشیدنی	 خواربار و کالای اساسی	۲
 نوشیدنی	 شوینده و بهداشتی	 پروتئینی و انجمادی	۳
 لبنیات	 محصولات دخانی	 شیرینی و تنقلات	۴
 شیرینی و تنقلات	 لبنیات	 لبنیات	۵
 محصولات دخانی	 شیرینی و تنقلات	 شوینده و بهداشتی	۶
 شوینده و بهداشتی	 خواربار و کالای اساسی	 لوازم مصرفی، آشپزخانه و فرهنگی	۷
 خواربار و کالای اساسی	 پروتئینی و انجمادی	 نوشیدنی	۸

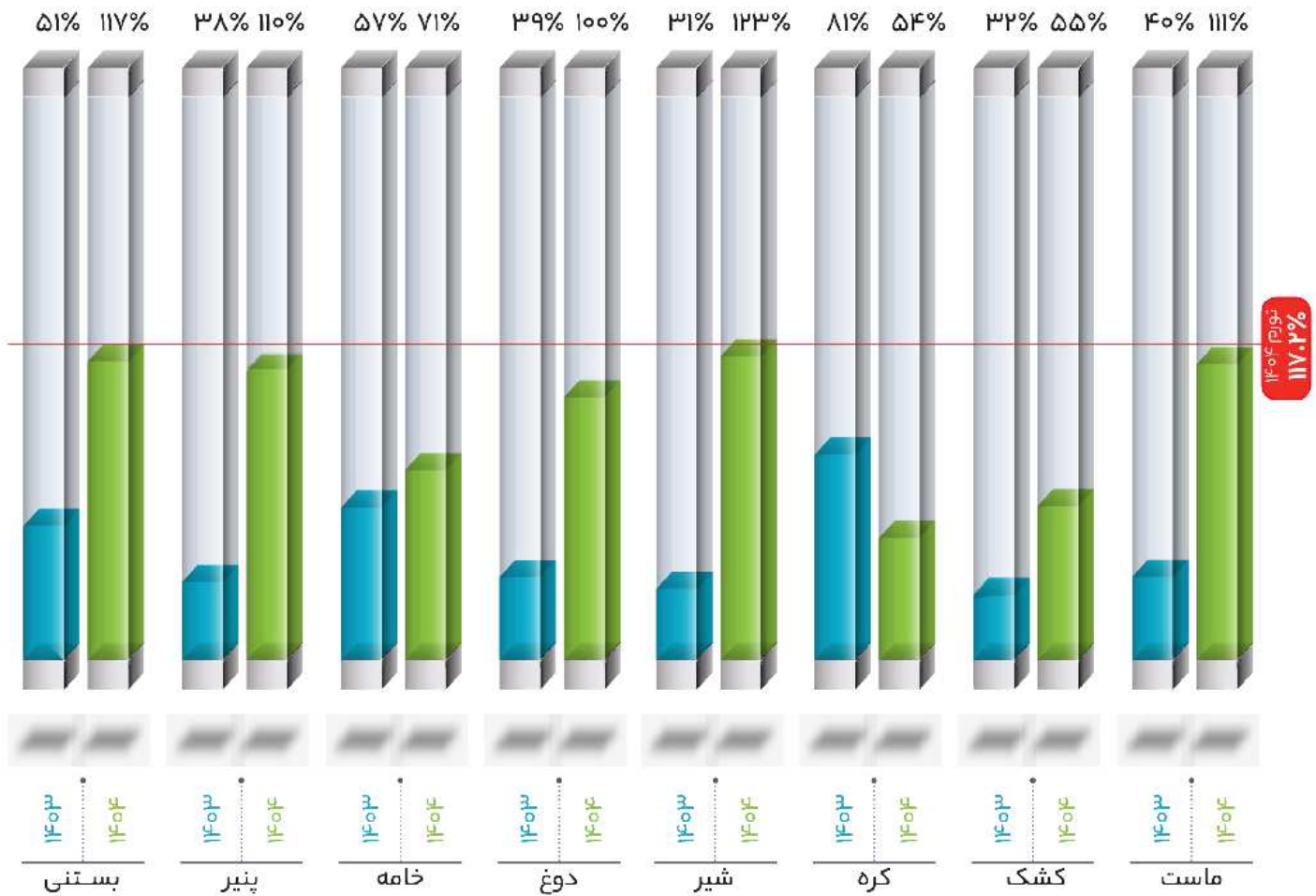


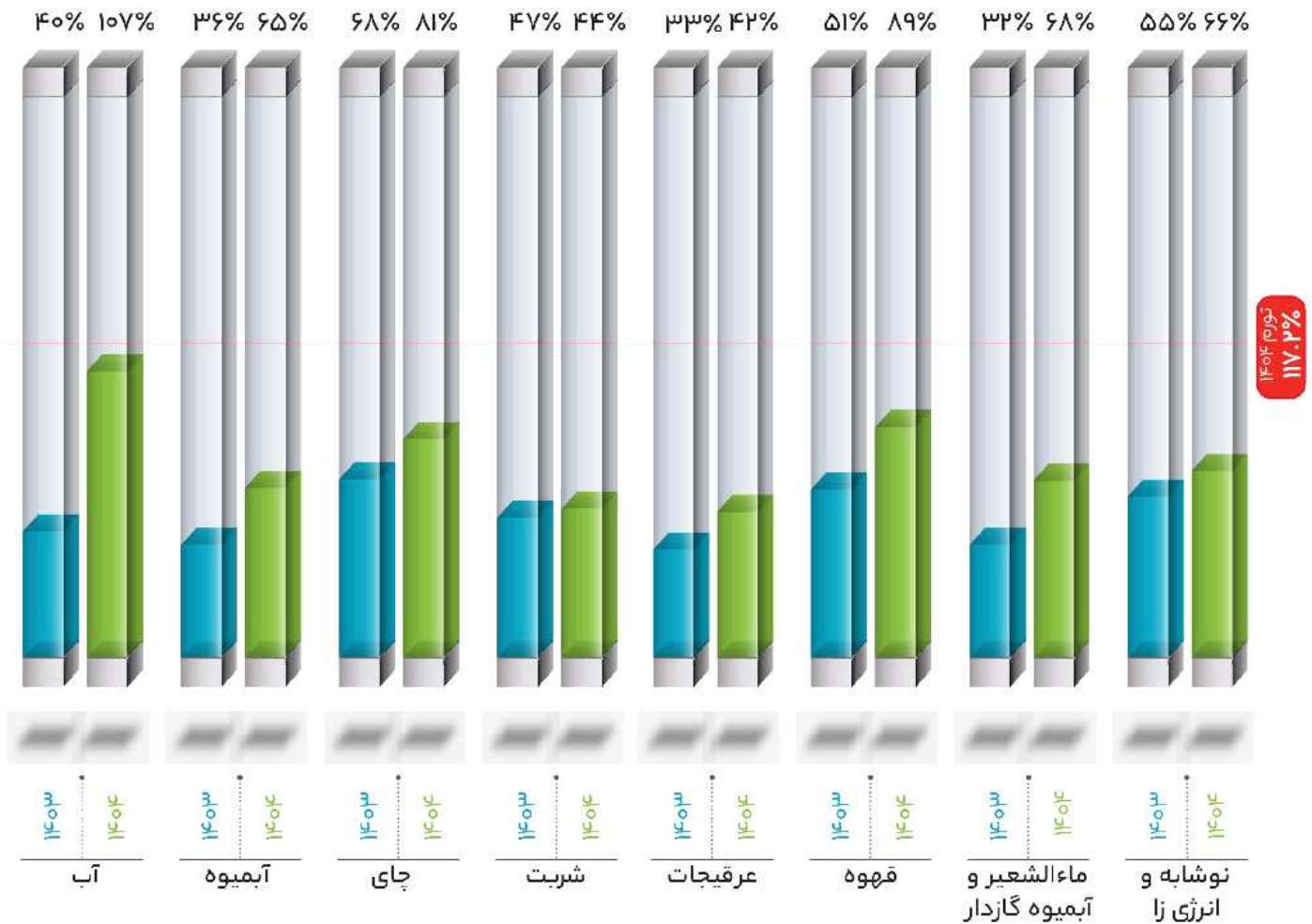


تغییرات قیمت در گروه پروتئینی و انجمادی











۱۴۰۳	۱۴۰۴	
۳۹	۱۲۸	کیک
۴۹	۱۲۵	چیپس و اسنک
۳۶	۱۰۰	بیسکویت
۶۹	۹۸	شکلات و فرآورده‌های شکلاتی
۴۳	۹۱	میوه‌های خشک و فرآوری شده
۵۰	۸۵	آجیل و خشکبار
۳۴	۸۰	شیرینیجات
۳۹	۷۷	آبنبات و تافی
۳۵	۷۲	تنقلات
۳۶	۶۱	دسر



۱۴۰۳	۱۴۰۴	
۳۲	۱۱۱	دستمال
۴۴	۱۰۴	بهداشت بدن
۴۶	۱۰۲	شوینده ظروف
۴۵	۱۰۱	شوینده لباس
۵۷	۹۴	محصولات جذبی بهداشتی
۴۷	۹۱	نظافت منزل
۹۳	۷۸	اصلاح بدن و صورت
۴۰	۷۷	بهداشت مو
۵۷	۷۴	محصولات درمانی و داروخانه‌ای
۳۹	۷۳	مراقبت از مو
۳۶	۷۳	بهداشت کودک
۴۰	۷۳	بهداشت دهان و دندان
۴۹	۶۷	آرایش و مراقبت از پوست
۴۱	۶۶	مراقبت و خوشبوکننده بدن

۱۴۰۳	۱۴۰۴	
۲۱	۲۹۷	روغن
۳۵	۱۷۰	سس
۳۴	۱۱۸	چاشنی و افزودنی
۳۲	۱۱۳	غلات و فرآورده های غله ای
۹۱	۹۴	حبوبات و سویا
۵۹	۹۲	کمپوت
۵۱	۹۲	برنج
۴۵	۸۴	چاشنی و ادویه
۵۷	۷۸	زعفران و طعم دهنده ها
۴۲	۷۶	کنسرو
۲۲	۷۵	ماکارونی و رشته
۲۹	۷۴	نان
۵	۷۳	اقلام آماده به پخت
۳۴	۷۳	شیرین کننده ها
۷	۷۰	تون ماهی
۴۱	۷۰	عسل و مربا
۳۸	۶۹	فرآورده های آجیلی
۳۶	۶۱	رب
۴۰	۵۳	ترشیجات

هایمارت



فروش



محصولات

هایمارت

هایمارت



خرید



پروفایل

شریک هوشمند سوپرمارکت ها





هایمارت

بزرگترین پلتفرم **e-B2B** در ایران



تأمین هوشمند کالا



کاهش هزینه های
تأمین، فروش و توزیع



تجزیه و تحلیل داده و
تصمیم گیری هوشمند



شتاب بخشیدن به
گردش کالا



ارتقای
رضایت مشتری

HiMart



هایمارت، یک شرکت دانش بنیان و پیشگام در مدرن سازی و ایجاد تحول دیجیتال در صنعت توزیع و پخش کالاهای سوپرمارکتی، با تکیه بر فناوری های هوشمند، قواعد زنجیره تامین را در خرده فروشی بازنویسی کرده است.

چشم انداز هایمارت، توسعه اکوسیستمی مدرن در فضای کسب و کار خرده فروشی سنتی کشور است که با بهره گیری از فناوری، داده و نوآوری، خرده فروشان را توانمند می سازد، زنجیره تامین را هوشمندتر می کند و استانداردهای جدیدی برای همکاری میان تولیدکنندگان، شرکت های پخش و فروشگاه ها ایجاد می کند.

ما آینده ای را تصور می کنیم که در آن هر خرده فروش محلی در ایران، فارغ از اندازه و موقعیت جغرافیایی، به ابزارها، خدمات و اطلاعاتی دسترسی داشته باشد که امکان رشد، رقابت و توسعه پایدار را برای او فراهم کند.

این مجموعه با پیاده سازی سامانه ای یکپارچه مبتنی بر سفارش گیری آنلاین از خرده فروشی ها، تحلیل لحظه ای داده های صندوق های فروش، سیستم های تامین خودکار، فروش شخصی شده و بستر پرداخت اعتباری، امروز به بیش از ۴۰ هزار فروشگاه در ۱۴ استان کشور خدمات ارائه می دهد.

هدف هایمارت به عنوان بزرگترین پلتفرم e-b2b، در ایران، خلق زنجیره ای کاملاً هوشمند در بازار خرده فروشی است که در آن، کارایی حداکثری، کاهش هزینه های تامین، فروش و توزیع، شتاب بخشیدن به گردش کالا و ارتقای رضایت مشتری، نه رویا، بلکه واقعیتی دست یافتنی است.





- ▲ کسب سهم بازار حداقل ۶ درصدی از بازار خرده فروشی سوپرمارکتی ایران تا پایان سال ۱۴۱۰
- ▲ سهم تامین حداقل ۱۵ درصدی از ۴۰ درصد فروشگاه ها





market view

رصد لحظه به لحظه بازار

خدمتی از هایمارت



تبدیل داده به تصمیم

Market View به عنوان یک خدمت منحصربه‌فرد از هایمارت، استانداردهای تحلیل بازار و داده‌کاوی در صنعت توزیع را دگرگون کرده است. این سرویس با گردآوری دقیق و لحظه‌ای اطلاعات بیش از ۳۰۰۰ صندوق فروشگاهی در سوپرمارکت‌های فعال در سراسر کشور و پردازش آنها با تکنیک‌های نوین هوش مصنوعی، امکان ارائه راهکارهای اختصاصی و سفارشی‌شده برای تأمین کنندگان را فراهم می‌آورد.

مارکت ویو، چشم تیزبین کسب‌وکار شما در رقابت‌های پیچیده بازار امروز است.

● داشبوردهای تحلیلی

تحلیل رقبا - سهم بازار (ریالی، تعدادی، حجمی)، حضور در استان‌ها و مناطق
۲۲ گانه تهران

جایگاه برند - راندمان برند و موقعیت برند بر اساس پارامترهای Retail Audit
جغرافیای رقبا - نقشه رقابتی فروش در سطح استان‌ها، شهرها و مناطق
۲۲ گانه تهران

تغییرات بازار - رصد نوظهورهای بازار و تغییرات شاخص‌های بازار

● داشبوردهای استراتژیک

سهم بازار گروه‌های کالایی - شناسایی سهم بازار گروه‌های کالایی و اولویت‌های
سرمایه‌گذاری

ویژگی‌های محصول - تحلیل عملکرد بر اساس گرماژ، بسته‌بندی، طعم و سایر
مشخصات برای ورود به بازار

پارتو محصولات - تمرکز بر ۲۰٪ محصولات که ۸۰٪ فروش را می‌سازند جهت
بررسی 4P بازاریابی و الگوبرداری



● داشبوردهای قیمت

رصد لحظه‌ای قیمت - پایش روزانه قیمت‌ها و بررسی روندهای قیمت به تفکیک SKU

تحلیل تغییرات قیمتی - تحلیل تغییرات قیمت در سطح گروه کالایی و برند
آلارم قیمت - هشدار سریع به نوسانات برای کاهش ریسک تصمیم‌گیری از طریق ارسال ایمیل روزانه

● داشبورد رفتار مصرف‌کننده

تحلیل سبد خرید نهایی بر اساس فاکتورهای فروش به مصرف‌کننده
کشف الگوهای خرید، ترجیحات و تغییرات سبد خانوار



به بازار سلام کنید

تبلیغات هوشمند، نتایج واقعی
خدمتی از هایمارت

تحلیل پیشرفته
داده‌ها، تصمیم‌های بهتر



تبلیغات هدفمند
بهترین پیام، برای بهترین مخاطب



بازدهی بیشتر
با کمترین هزینه



حضور در تمام کانال‌ها
آنلاین، همیشه در دسترس



محتوای خلاقانه
پیام‌های ماندگار



گزارش‌دهی شفاف
عملکرد، قابل اندازه‌گیری



هوشمندانه دیده و شنیده شوید:

Intelligent Ads: مانیتورهای هوشمند در صندوق‌های فروشگاه‌های:

تبلیغات شما در لحظه‌ای که مصرف‌کننده در حال پرداخت است، بر روی مانیتورهای دیجیتال ما در سوپرمارکت‌ها بصورت هوشمند به نمایش در می‌آید. پیام شما در مکانی قرار می‌گیرد که بیشترین توجه مشتری جلب می‌شود و در زمانی ارائه می‌شود که بهترین بازخورد را داشته باشد.

Supply App: اپلیکیشن تامین کالای فروشگاه‌ها:

اپلیکیشن هایمارت که توسط فروشندگان و سوپرمارکت‌داران مورد استفاده قرار می‌گیرد، فرصتی طلایی است برای تبلیغات B2B. برند شما در دسترس افرادی قرار می‌گیرد که تصمیم‌گیرنده خرید هستند و به‌طور مستقیم کالاهای سوپرمارکتی را تامین می‌کنند.



Home banner



In-Slider



On-lovely brands



Special Slider



Main banner



Special Slider & banner

ONpoint
Marketing Services



Pos ads Methods



In-point Stream



In-point banner



intelligent banner



Stream Ads



intelligent audio





IRFMCG.ir

3rd Iran FMCG Festival

هایمارت



تکلیف داران مالیات بر ارزش افزوده



فراپرسن بریت مشاغل کوچک و متوسط



کنترل کیفیت محصولات غذایی

سومین همایش جامع تحلیل بازار خرده فروشی کالاهای سوپرمارکتی ایران



تحلیل و بررسی ۳۶۰ درجه
بازار کالاهای سوپرمارکتی



گزارش بخش های
مویرگی، زنجیره ای و آنلاین



رونمایی از گزارش سال بازار
خرده فروشی ایران



پنل تجربیات برتر بزرگان
صنعت



رونمایی از نسخه جدید
دستیار هوشمند مدیران



maahet
view



روبیکا



تامع

ONpoint

IORIC

EDGE

Novitex

فروغ

EASY PICK

اکا

اقتصاد



www.irfmcg.ir



himart.ir



۰۲۱-۴۷۶۳۸۰۰۰



۰۹۲۰۲۰۱۱۰۷۱

HiMart



نرخ بازگشت مشتری



+24%
رشد فروش



12,580

تعداد مشتریان

+22% نسبت به ماه قبل



42% مواد غذایی
28% نوشیدنی ها
18% بهداشتی
12% سایر



+18%
میانگین سبد خرید



320
تعداد محصولات



تخفیف های موثر



تحلیل روند فروش



تحلیل دسته بندی



تحلیل منطقه ای



www.himart.ir



[himart.ir](https://www.instagram.com/himart.ir)



۰۲۱-۴۷۶۳۸۰۰۰