

Käuferwanderung

15

Gesamtkäufer
Über 2 Jahre (100%)



von diesen kauften

nur im 1. Jahr
(= Abwanderer
von Marke A)

60%

Einkaufsmenge
im 2. Jahr:

Marke B
39

Marke C
42

restl. Marken
19

im 1. und 2. Jahr
(= Wiederkäufer)

4%

nur im 2. Jahr
(= Zuwanderer
zu Marke A)

34%

Einkaufsmenge im
1. Jahr:

Marke B
18

Marke C
60

restl. Marken
22

Lesebeispiel:

60% der Käufer kauften nur im 1. Jahr Produkte der Marke A. Diese Käufer deckten Ihren Bedarf im 2. Jahr zu 39% über Marke B.

Die Marke A verliert mehr Käufer als sie durch andere Marken gewinnt.