„ReExe" Ltd
28 Rachika str.
Sofia/Bulgaria
Tel / Fax +3592 8553534
Trade Management & Consulting

Речник-индекс с Мърчандайзинг показатели (KPIs)
ЛОЯЛНОСТ КЪМ МАРКАТА
Част II

Glossary
Кратък терминологичен речник

№	KPIs code	KPIs name	KPIs Description
1	**BL**	Brand loyalty	Определяне на феновете (promoters) и анти-феновете (detractors) и степента на тяхното влияние
2	**RPS**	Relative possibility for shifting	Изследва се възможността за преминаване на потребителя към друга марка (customers' moving to another brand)
3	**F-CAM**	Factors for competitive actions and moves	Фактори за преминаване (действия) към конкурентни продукти
4	**WOM**	Word of mouth publicity	channels of information broadcasting
5	**RBC**	Repetitive buying cycle	Цикъл на повторна покупка, т.е. след какъв период от време е направена повторна покупка след първата.
6	**RBM**	Repetitive buying motive	Мотив за повторна покупка, т.е. какъв е бил мотивът (нуждата) за повторната покупка.
7	**PS**	Price sensitivity	Чувствителност към цената, т.е. с кои ценови коридори и нива, не трябва да се правят опити за продажба (експерименти). Дефинира се *пределна (критична) психологична ценова граница*.
8	**WHP**	Willing to higher price	Склонност на потребителите към увеличаване на цената. Дали биха приели увеличаване на цената, в какви размери и при какви условия
9	**FUP-P**	Factor for price pull-up	Фактори, позволяващи (даващи възможност) увеличаване на цената
10	**QS**	Quality sensitivity	Чувствителност към качеството, т.е. с кои продуктови характеристики и качества, не трябва да се правят компромиси
11	**WHQ**	Willing to higher quality	Склонност на потребителите към увеличаване на качеството. Дали искат увеличаване на качеството, в кои продуктови характеристики и

			при какви условия
12	**FUP-Q**	Factors for quality pull-up	Фактори, позволяващи (даващи възможност) увеличаване на качеството
13	**BCP**	Brand's commitment power	Сила на продуктовото послание. Дали основното ядро на посланието (core message) на продукта е достигнало до потребителя без изкривяване и дали е разбран неговия смисъл
14	**BT**	Brand trust	Доверие в продукта
15	**CS**	Customer satisfaction	Клиентска задоволеност от продукта
16	**KFK**	Brand's key features knowledge	Ниво на познаване на ключовите характеристики и параметри на продукта
17	**DAK**	Brand's differentiation and advantages knowledge	Ниво на познаване на онези качества и предимства на продукта, които го отличават от конкурентните продукти
18	**F-CB**	Factors for consumer constantly buying	Фактори определящи постоянството на покупката
19	**CFB**	Consumer frequency buying	Ниво на честотност на покупката
20	**BCR**	Brand competitors restraining	Степен на задържане на конкурентните марки, т.е.
21	**ACE**	Advertising channels' effectiveness	Ефективност на индивидуалните рекламни и комуникационни канали. По какъв начин потребителите разбират за продукта и кой от каналите за информиране е най-резултатен.
22	**Pre-PB**	Pre-purchases barriers	Покупателни бариери преди покупката
23	**In-PB**	In-purchases barriers	Покупателни бариери в момента покупката
24	**Post-PB**	Post-purchases barriers	Покупателни бариери след покупката
25	**NMS**	Niche Market Segments	Ключови сегменти потребители от нишов пазар, т.е. кои са най-важните клиенти за този продукт
26	**EPA**	Easy Product Access	Свобода на достъпа до продукта, т.е. колко лесно го виждат, намират в магазините, биват информирани и посягат към него