



clayfield industrial estate

doncaster, dn4 8qg

**telephone:**

+44 (0)1302 856 121

**e-mail:**

info@encircle-marketing.com

**website:**

www.encircle-marketing.com

**companies house:**

6246113

Nach dem erfolgreichen Abschluss des Pilotprojektes, dass im Oktober 2009 endete, startet Encircle Marketing nun im März 2010 mit dem "Sell-Out" Projekt für Deutschland komplett durch.

Encircle startet mit 3.500 Telefonanrufen pro Monat, quer durch die 50 Top-Dimensionen. Je grösser der Kundenstamm wächst, desto mehr Anrufe werden getätigt. Die ausgewählten Reifendimensionen repräsentieren 80% des Reifenmarktes mit allen Geschwindigkeitsindexen. Die Preise werden gewichtet, um den realen Markt zu repräsentieren und somit eine konsistentes Mass darzustellen.

Dieser Neustart wird zusätzlich auch die Online-Preise im Internet kontrollieren. So werden nochmal mehr als 2.500 Preise gesammelt. Ab März werden auch Angaben zu den Profilen erfasst, diese werden in separaten Berichten dargestellt.

Ein wesentlicher Unterschied zu dem Programm in Grossbritannien ist die Sommer- und Wintersaison in Deutschland, dies wird natürlich in der Marktforschung berücksichtigt.

Die Methode, die Encircle Marketing anwendet für die Marktforschung, weicht von der traditionellen Methode ab. Der grösste Unterschied ist, dass die Anrufer nicht direkt nach einer Marke fragen, sondern sich eine Marke empfehlen lassen. Dies birgt mehrere Vorteile: Der Kunde kann sich ein genaues Bild darüber machen, welche Marken mehr als andere empfohlen werden und in welcher Reihenfolge. So ergibt sich ein präzises Bild über die angewendete Markenpolitik.

Alle Ergebnisse (quer durch alle Marken, POS, Distributionskanäle, Dimensionen und Geschwindigkeitsindexe) der Marktforschung sind verfügbar in syndizierter und massgeschneiderter Form im "Online Report Centre" erhältlich. Hier haben Kunden per Mausclick Zugang zu Daten und Berichten in Echtzeit.

---

After a successful pilot project in Germany that ended in October 2009, Encircle Marketing is relaunching its German "Sell-Out" project in March 2010.

Encircle will start with 3.500 Mystery Calls per month across the top 50 sizes, but as the client base continues to grow, the number of calls made per month will increase as well. The selected dimensions represent 80% of the retail tyre market which includes all speed ratings. Prices are weighted to represent the reality of the market and provide a consistent measure overtime.

This relaunch will additionally include the monitoring of the prices stated online; Encircle will be collating more than 2.500 prices per month. From March onwards, information about patterns will be gathered too, which will be presented in special reports.

One of the biggest differences between in the UK and German market is the differentiation into summer and winter seasons; this gets considered in the research.

The method that Encircle Marketing uses for their research differs from the traditional method. The main difference is that the Mystery Shoppers don't ask for a specific brand on the phone, but they let the Centre Staff recommend a brand to them. This implicates the following advantages: The customer can get a true picture of which brands get recommended more that others and in what order. Another advantage is that it gives an accurate picture of what brand policies are being used in the market place.

All the results (across brands, POS, channels, tyre sizes and speed ratings) of the research are available in syndicated or bespoke reports in the unique "Online Report Centre". This is where the client base has got access at the click of a button to all the data and reports in real time.

...here to help you.