När öppnar Media Markt pop up-butiker hos ICA?

Den nya tidens medieägare och konsekvenserna för mediebranschen

För en tid sedan rapporterade den alltid uppdaterade tidningen Market om att Media Markt flyttar in hos brittiska Tesco – detta för att nå nya kundgrupper och för att pröva attraktionskraften i nya geografiska orter.

Det fick mig att tänka på den nya tidens medier och hur dessa kommer att kunna påverka konsument-marknader och mediemarknaden i framtiden. Det kan tyckas som en skenbart enkel insikt att man kan nå nya grupper genom att "bundla" sitt varumärke med ett annat varumärke. Vem som är köpare och vem som är säljare och hur transaktionsmodellen ser ut är inte glasklar. Men det är uppenbart att medierådgivar-nas roll måste komma att utvecklas ytterligare och på annonsörsföretagen bör det innebära ett närmande mellan försäljnings- och marknadsavdelning. Spännande tider!

En enkel logik i att låta den egna butiken vara marknadsföringskanal

Det finns en enkel och obotlig logik i detta också på så sätt att man låter den egna butiken agera marknads-föringskanal. Frågan är hur det fortsättningsvis kom-mer att påverka Media Markts köpta reklambudget. Kommer den att öka för att man har fler försäljnings-utrymmen att marknadsföra eller kommer den att min-ska då reklambudgeten flyttats till att starta fler butiker.

Men vad händer om vi flyttar Media Markts satsning hem till Sverige och låter ICA agera värd?

Jag låter ORVESTO Konsument guida mig.

Den genomsnittlige vuxne svensken besöker en ICA butik (vi tittar här bara på de större butikerna då det är de som kan antas bära en pop up-butik) lite drygt en gång i veckan. Det betyder alltså lite drygt 416 miljoner besök. Det är för att tala mediespråk det antalet exponeringar ICA kan erbjuda Media Markt.

Med tanke på att en genomsnittlig vuxen svensk besöker Media Markt 2,6 gånger per år så syns potentialen i att öka antalet butiksbesök vara i det närmaste oändligt stor.

Ett snabbt nätsök ger vid handen att Media Markts omsättning i Sverige ligger på ca 5 miljarder. Det betyder att ett snittkvitto på Media Markt är ca 245 kronor per besök.

Lek vidare med tanken på att ett snittkvitto för Media Markt i en ICA butik skulle ligga på ca 10 % av ett vanligt Media Markt-besök (ja, er gissning är lika bra som min).

Från 5 miljarder till 15,2 miljarder i omsättning

Helt plötsligt har Media Markt skapat ett tillskott till kassan på 10,2 miljarder. Det här är vad som händer när annonsörsföretag blir medieföretag och när bundlingar av produkter och tjänster blir det nya svarta. Det här är också vad som kan hända om man ger en analytiker en Sesamedatabas innehållande ORVESTO Konsument, en miniräknare och ett nummer av tidningen Market.

10 Miljarder kan väl förresten vara värt en liten medieinvestering.

Peter Callius
Affärsområdeschef
Kantar Sifo

KANTAR SIFO