

June 2025

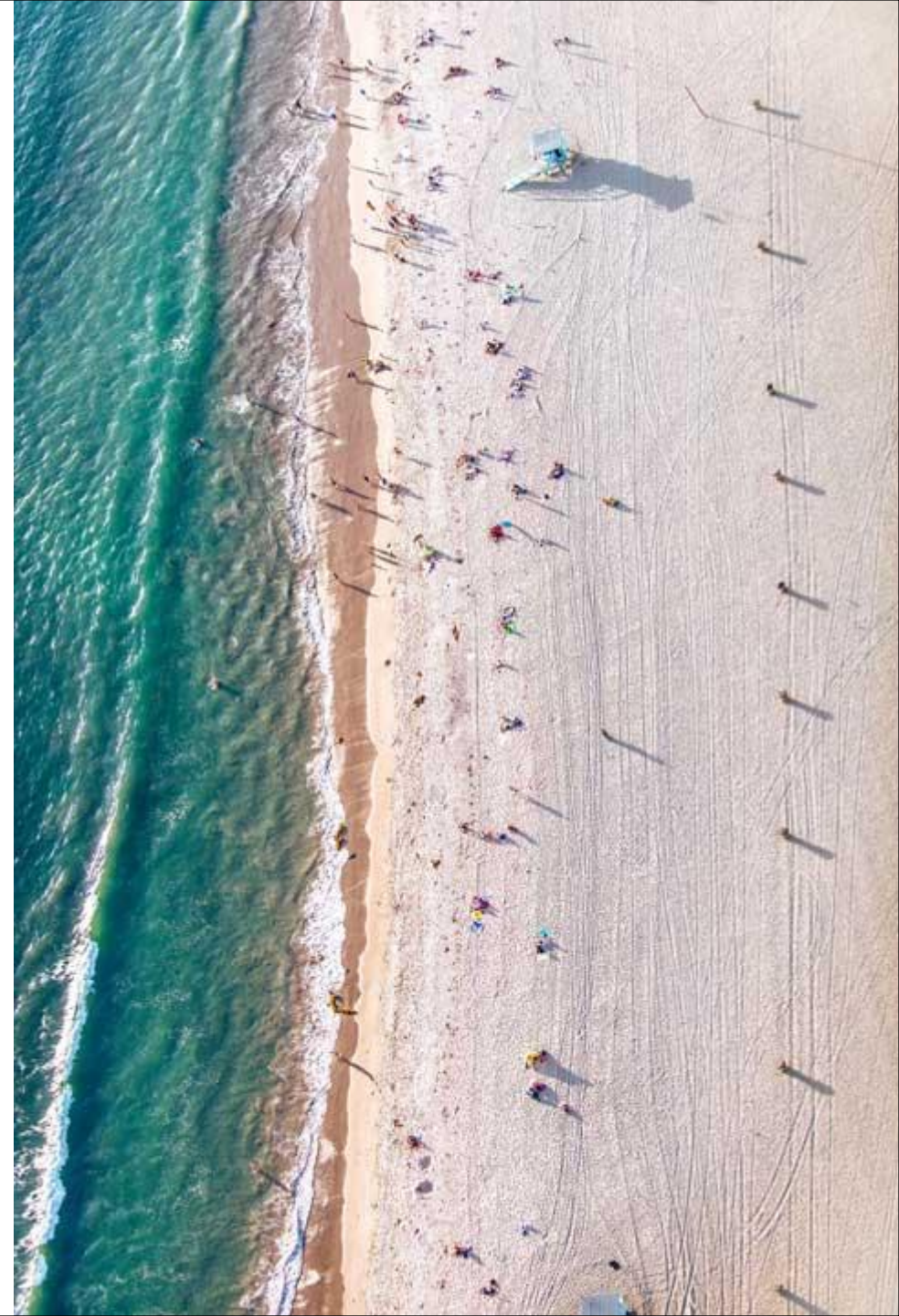
Category review: Chips

Retail Analytics

Yendi Yohann



Classification: Confidential



Our 17 year history assures best practice in privacy, security and the ethical use of data

We all have a responsibility to use data for good

Privacy

- We have built our business based on privacy by design principles for the past 17 years
- Quantum has strict protocols around the receipt and storage of personal information
- All information is de-identified using an irreversible tokenisation process with no ability to re-identify individuals.

Security

- We are ISO27001 certified - internationally recognised for our ability to uphold best practice standards across information security
- We use 'bank grade' security to store and process our data
- Comply with 200+ security requirements from NAB, Woolworths and other data partners
- All partner data is held in separate restricted environments
- All access to partner data is limited to essential staff only
- Security environment and processes regularly audited by our data partners.

Ethical use of data

Applies to all facets of our work, from the initiatives we take on, the information we use and how our solutions impact individuals, organisations and society.

Quantum believes in using data for progress, with great care and responsibility. As such please respect the commercial in confidence nature of this document.

Executive summary

01

Task 1

- Les clients **Mainstream** représentent le segment le plus actif dans l'achat de chips.
 - Les **jeunes couples mainstream** ont le panier moyen le plus élevé et une affinité forte avec certaines marques (Tyrrells, Twisties).
 - Les clients **Premium** achètent peu de chips – ils privilégient d'autres types de snacks.
- 📍 Cibler les zones à forte présence mainstream maximise le potentiel du layout.

02

Task 2

- 🏪 **Store 77** : succès confirmé – augmentation du panier moyen, avec base client stable.
 - 🏪 **Store 86** : effet ponctuel lié au trafic – peu d'évolution du panier moyen.
 - 🏪 **Store 88** : aucun changement mesurable – tendance stable avant/après.
- 📍 Recommandation : déployer dans les magasins similaires à 77 ; observer et valider avant d'étendre à ceux comme le 86.

01

Category

La catégorie des chips est dominée par les clients mainstream, en particulier les jeunes couples, qui génèrent le plus de ventes malgré un panier moyen modéré. Les clients premium sont sous-représentés.

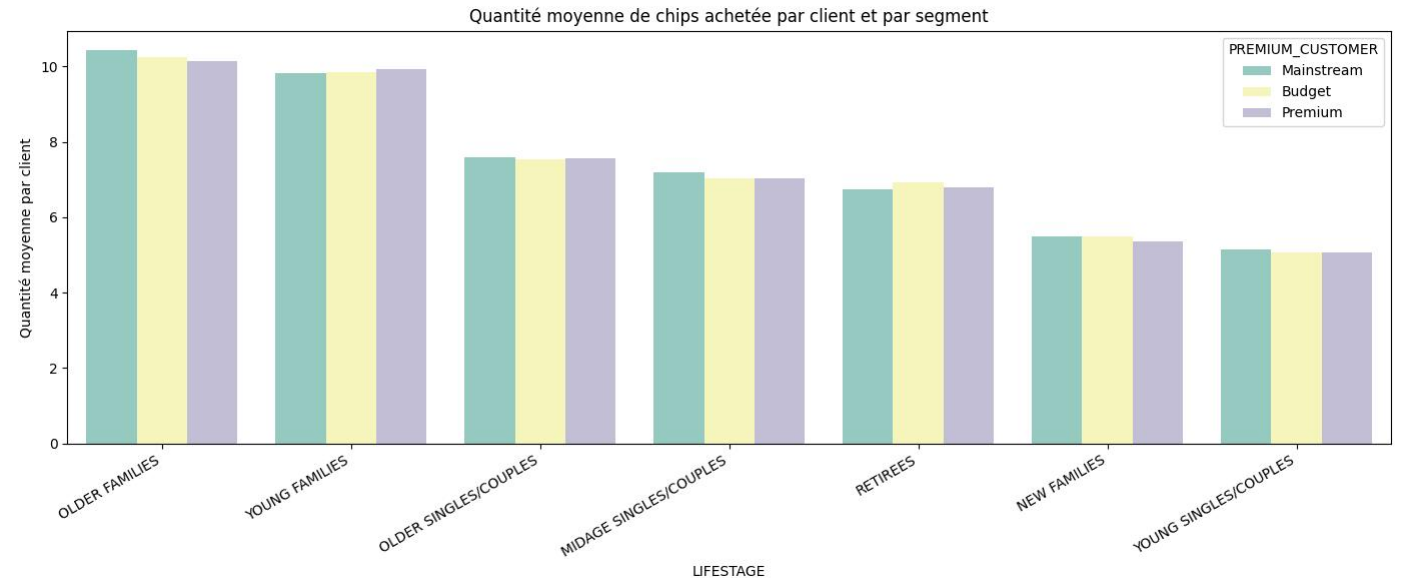
Overview: your key callout for the category should be included here

Insight clé sur la catégorie :

Les ventes de chips sont principalement générées par les segments "Mainstream" et "Budget", représentant plus de 75 % des clients.

Les jeunes couples mainstream se distinguent par leur fréquence d'achat et leur affinité pour certaines marques comme Tyrrells ou Twisties.

Les clients premium, moins présents, achètent moins souvent des chips, ce qui limite leur impact sur les ventes totales.



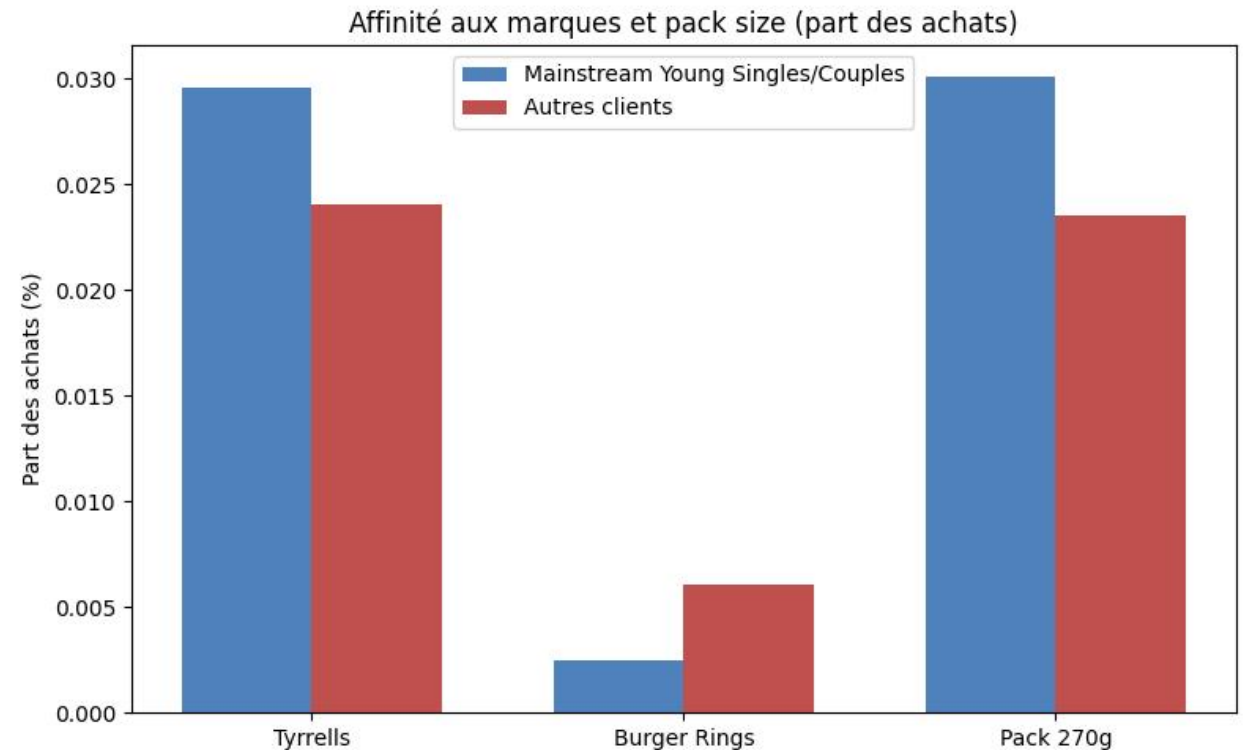
This slide will be commentary on affluence and its effect on consumer buying for the category of chips

Insight sur l'affluence et les achats de chips :

Les clients ****Mainstream**** génèrent la majorité des ventes de chips, combinant fréquence et volume d'achat.

Les clients ****Budget**** achètent en plus petits montants, mais leur poids est important en volume.

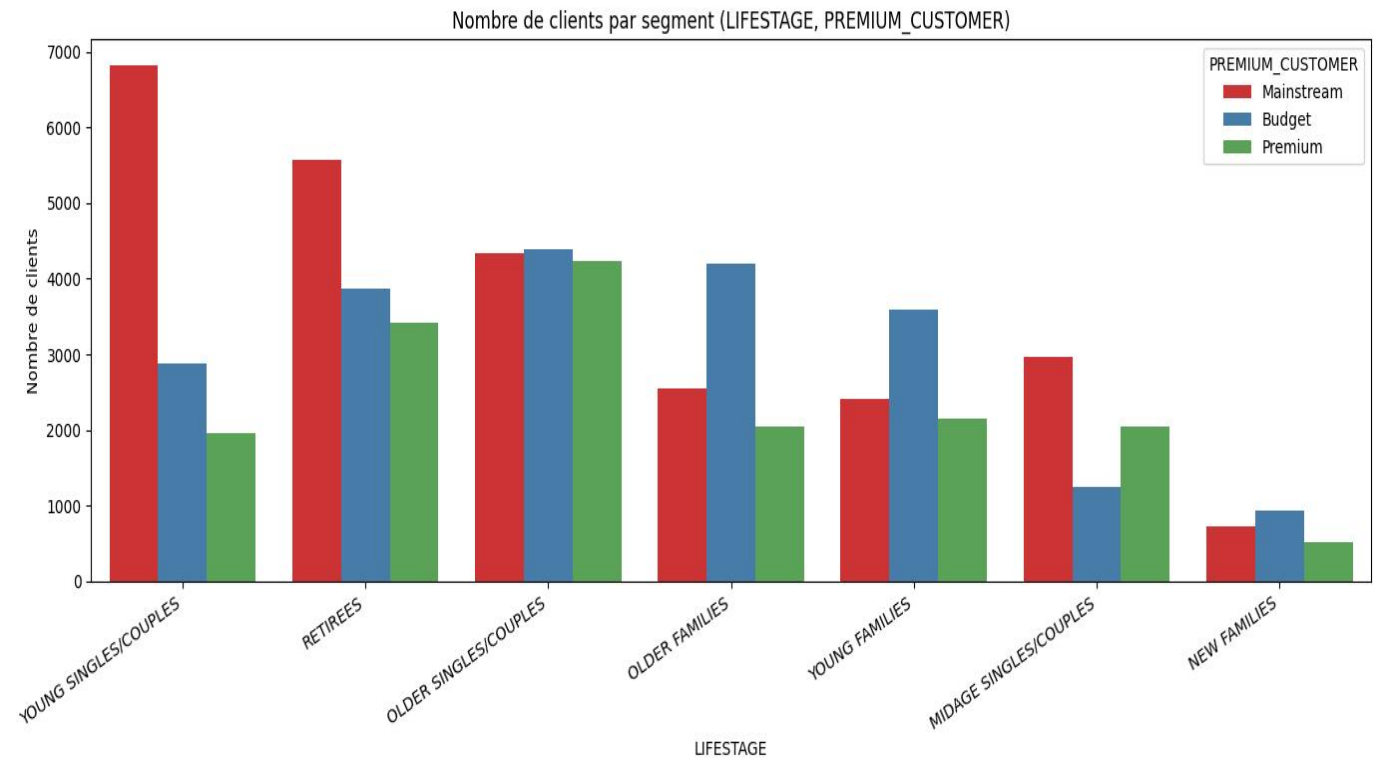
Les clients ****Premium****, bien qu'au pouvoir d'achat plus élevé, sont les moins actifs dans cette catégorie – suggérant une préférence pour des snacks perçus comme plus "sains" ou qualitatifs.



Stretch: Try visualising the proportion of customers by affluence and life stage on this slide

Les jeunes couples (Young Singles/Couples) sont principalement Mainstream, ce qui en fait une cible stratégique.

- ◇ Les Retirees sont plus présents dans les segments Budget et Mainstream, mais moins actifs que les familles.
- ◇ Les Premiums sont surtout répartis chez les Older Couples, mais ont un impact plus faible sur les ventes de chips.



02

Trial store performance

Le layout a été testé dans les magasins 77, 86 et 88.
Nous avons comparé chaque magasin test à un magasin témoin sélectionné sur la base de similarité historique (ventes, fréquentation).
La période test s'étend de février à avril 2019.

Explanation of the control store vs other stores

Chaque magasin test a été comparé à un magasin témoin sélectionné selon ses performances historiques similaires.

La sélection s'est basée sur :

- Le volume de ventes mensuelles
- Le nombre de clients
- Le panier moyen

Nous avons mesuré la similarité avec des indicateurs comme :

- La ****corrélation de Pearson**** sur les ventes avant la période test
- Une ****distance normalisée**** (magnitude distance) entre les séries temporelles

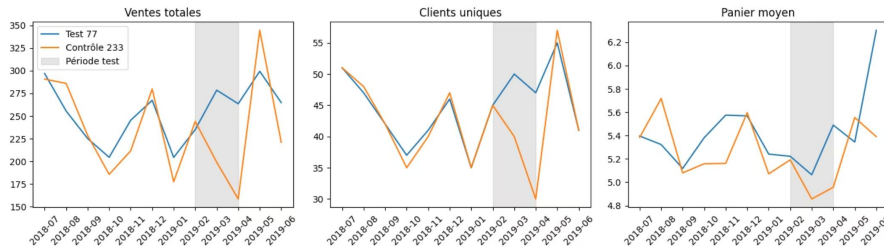
Les magasins témoins retenus sont :

- Store 233 pour le test 77
- Store 155 pour le test 86
- Store 178 pour le test 88

Cette méthode garantit que toute différence observée pendant la période test peut être raisonnablement attribuée au nouveau layout.

Call out of the performance in the trial store, determining if it was successful

Le Magasin 77 est un exemple de succès avec le nouveau layout.



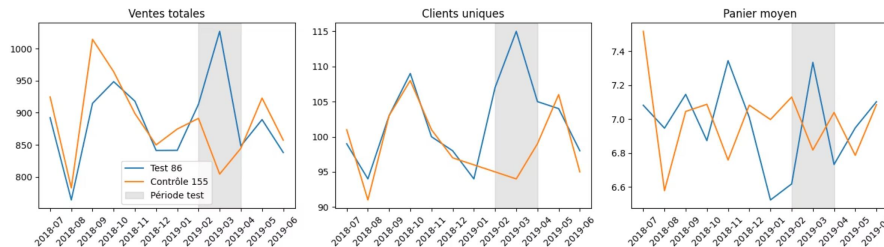
✓ *Résultat Positif*

Hausse significative du panier moyen et des ventes.

💡 *Recommandation*

Déploiement du layout fortement recommandé.

Le Magasin 86 a montré des résultats mitigés.



⚠️ *Résultat Mitigé*

Pic temporaire, impact client incertain

💡 *Recommandation*

Tester davantage avant un déploiement massif.

Le Magasin 88 n'a montré aucune amélioration notable.



✗ *Aucun Impact*

Absence d'évolution notable des ventes ou du panier.

💡 *Recommandation*

Pas de déploiement, le layout est inefficace ici.



Disclaimer: This document comprises, and is the subject of intellectual property (including copyright) and confidentiality rights of one or multiple owners, including The Quantum Group Pty Limited and its affiliates (**Quantium**) and where applicable, its third-party data owners (**Data Providers**), together (**IP Owners**). The information contained in this document may have been prepared using raw data owned by the Data Providers. The Data Providers have not been involved in the analysis of the raw data, the preparation of, or the information contained in the document. The IP Owners do not make any representation (express or implied), nor give any guarantee or warranty in relation to the accuracy, completeness or appropriateness of the raw data, nor the analysis contained in this document. None of the IP Owners will have any liability for any use or disclosure by the recipient of any information contained in, or derived from this document. To the maximum extent permitted by law, the IP Owners expressly disclaim, take no responsibility for and have no liability for the preparation, contents, accuracy or completeness of this document, nor the analysis on which it is based. This document is provided in confidence, may only be used for the purpose provided, and may not be copied, reproduced, distributed, disclosed or made available to a third party in any way except strictly in accordance with the applicable written terms and conditions between you and Quantum, or otherwise with Quantum's prior written permission