

- Загуби: количеството от "сравнимия сегмент", което е било закупено от дадена марка през първия период, при покупка на друга марка през втория период.

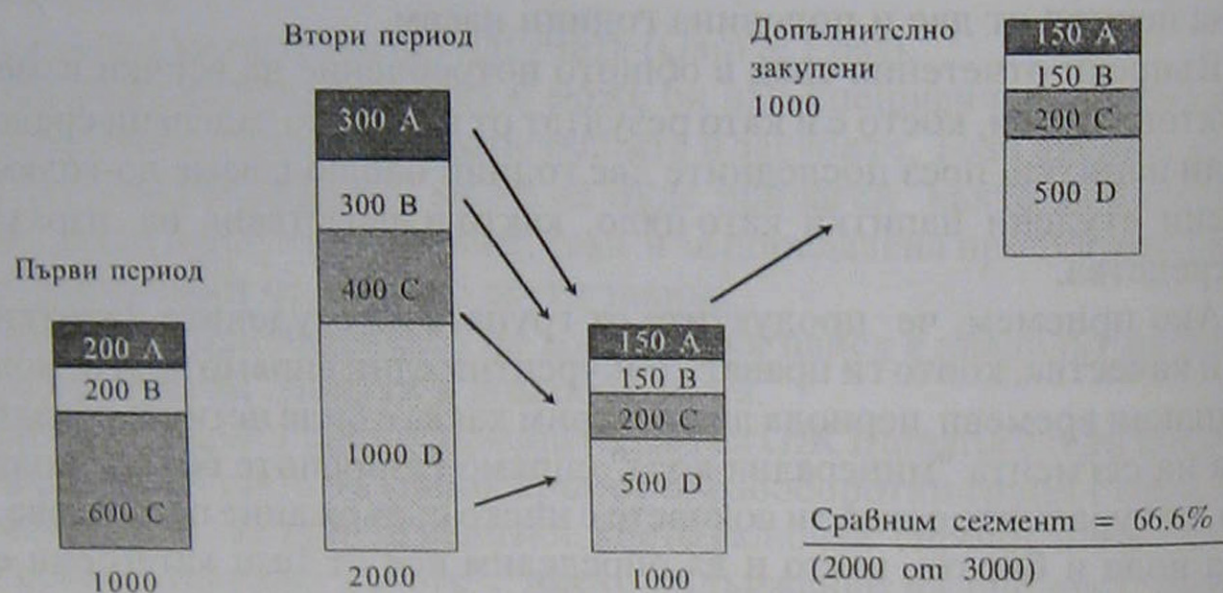
Печалбите и загубите на определена марка към други марки дават информация за поведението при заместването им.

- Допълнително закупено количество: количеството (закупено от едно домакинство), което надвишава закупения обем през даден период спрямо другия период.

- Закупено количество само за периода: закупеното количество от тези домакинства, които са направили покупка само за единия от двата периода.

- Повторно закупено количество: закупеното количество от "сравнимия сегмент", което е направено от домакинството в едни и същи размери през двата периода

Анализ на покупките на домакинства X на марки A, B, C, D :



Фиг. 1. Оценяване на сравним сегмент при анализ на печалбите и загубите

Като допълнителна характеристика към този анализ се пресмята индекс на афинитет.

Този индекс е индикатор за интензитета на конкурентност между две марки. Колкото по-близо до 100 е неговата величина, толкова движението между марките е по-силно. За неговото изчисление се използва отношението на фактическите печалби и загуби към очакваните печалби и загуби между две марки.

Фактическите печалби и загуби могат директно да се вземат от матрицата с изчисленията на всяка марка (позиция) към всички останали.