

Brand Vision

Краткий обзор категории
Чипсы

VISION

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЕ
АГЕНТСТВО



Содержание отчета



Методология проведения трекинга

ОПИСАНИЕ	
Категория	чипсы
Метод	on-line опрос
Количество замеров	1
Квоты	Пол, возраст
Респонденты	16+
Выборка	1000 чел
География	Россия 100 000+
Период замера	март 2018 г.

Объем и структура потребителей категории

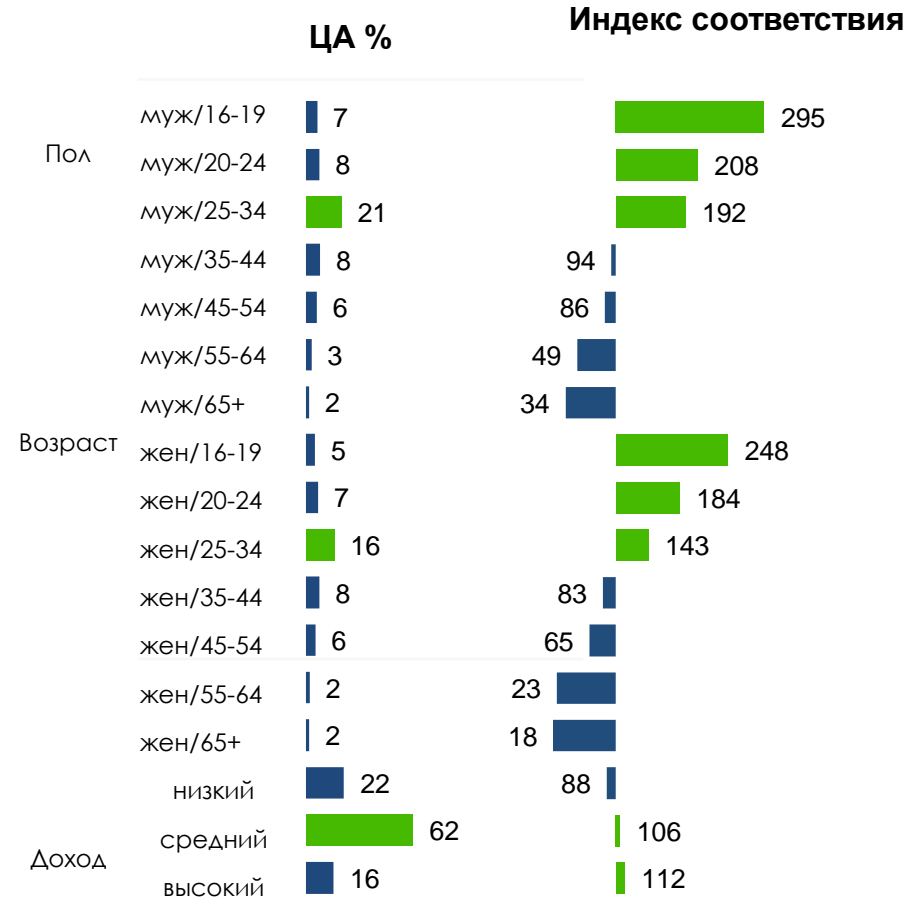
Покупаете и едите ли Вы чипсы хотя бы иногда?



64% населения старше 16 лет являются потребителями категории Чипсы, при этом часть из них не покупает чипсы, хотя ест их, а другая часть ест чипсы, но не покупает их самостоятельно

Портрет целевой аудитории

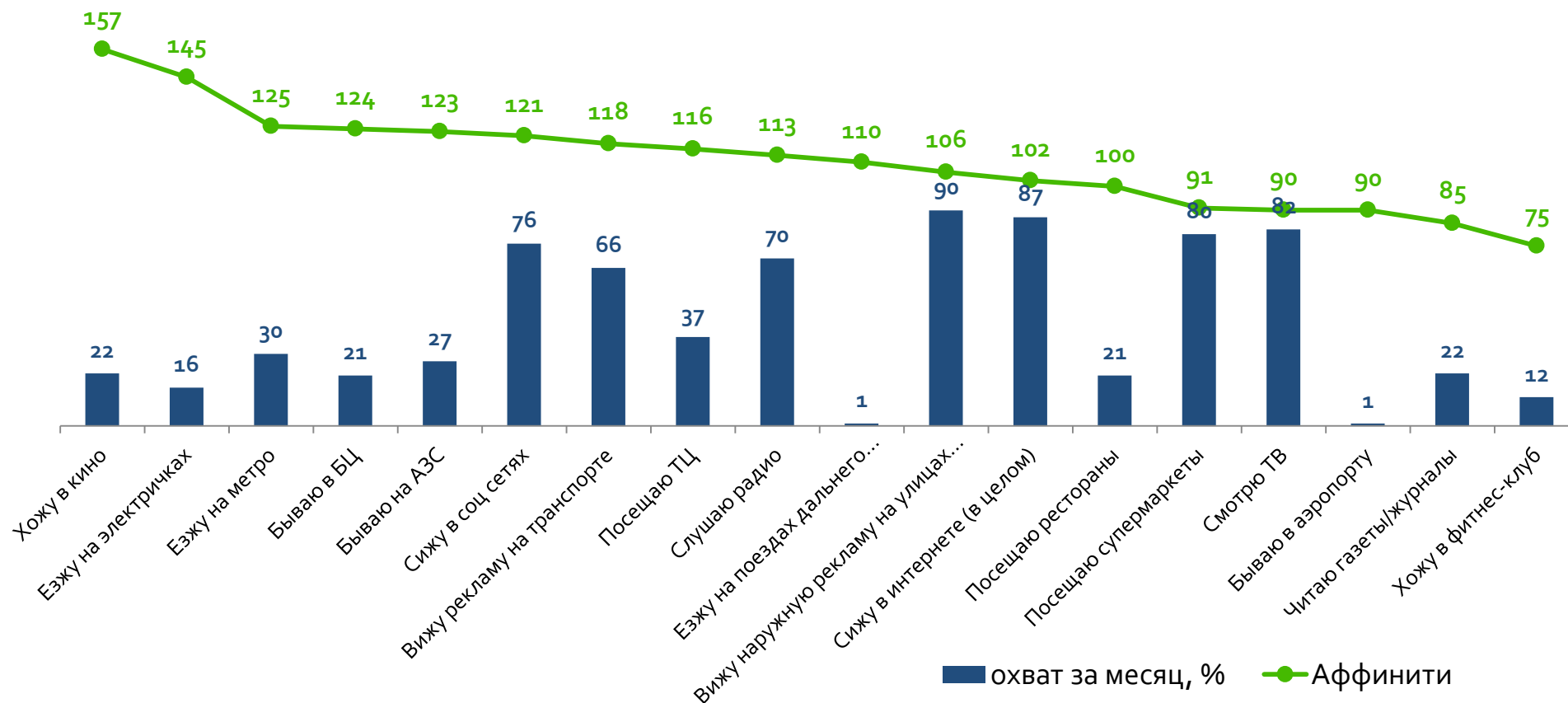
Покупаете и едите ли Вы чипсы хотя бы иногда?



Целевая аудитория потребителей чипсов – это, прежде всего, люди в возрасте 16-34 со средним доходом. В аудитории преобладают мужчины

Охват целевой аудитории 16-34 средний доход разными медиаканалами

Отметьте виды деятельности, которые наиболее характерны для Вас лично: вы занимаетесь этим, по крайней мере, несколько раз в месяц

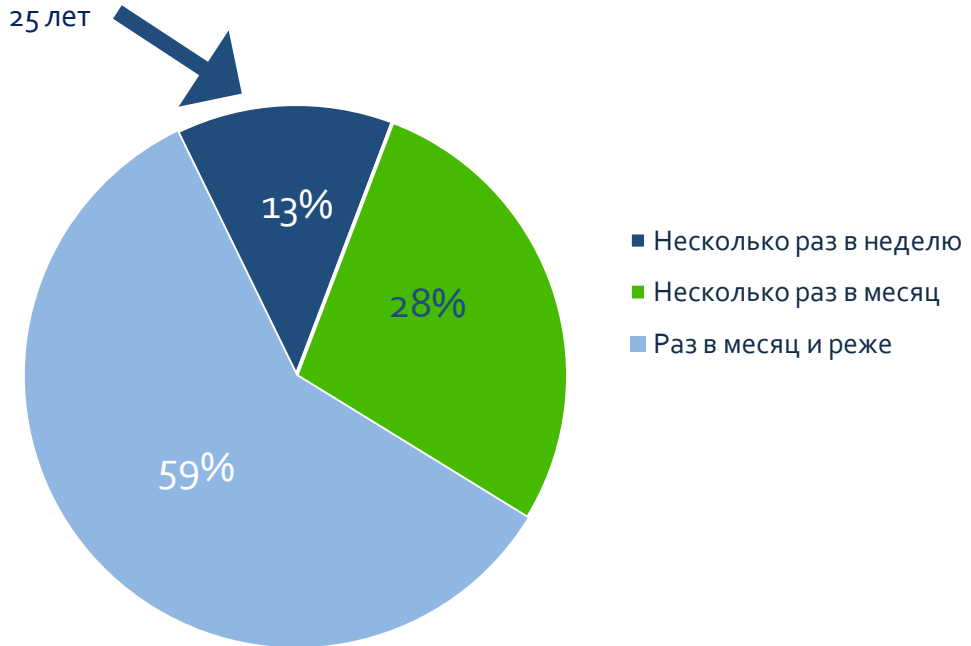


Наиболее характерны для аудитории потребителей чипсов походы в кино, использование электричек, метро, посещение бизнес-центров и АЗС. Однако более охватными каналами являются соц. сети, реклама на транспорте, в торговых центрах и на радио

Частота потребления/ покупки чипсов

Как часто Вы покупаете/едите чипсы?

55% - мужчины
младше 25 лет

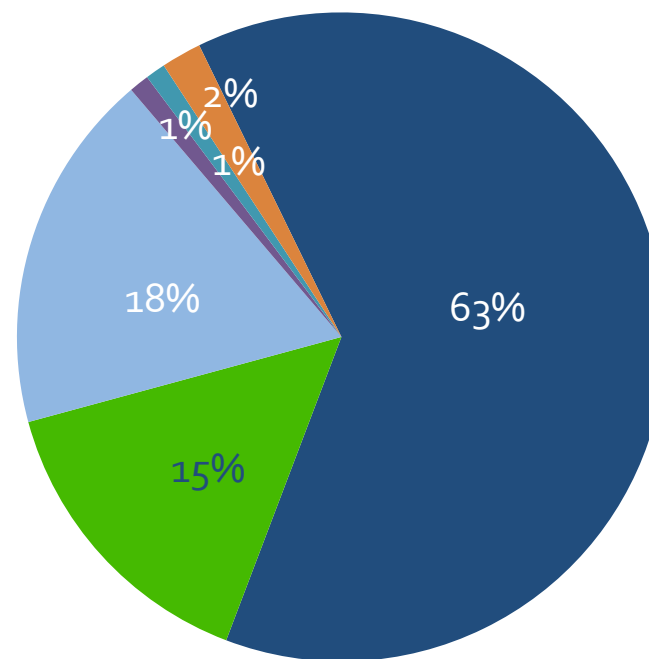


Более половины потребителей категории покупают/едят чипсы раз в месяц и реже. Однако 13% делают это несколько раз в неделю, в основном это молодые мужчины до 25 лет

Места покупки чипсов

Где Вы чаще всего покупаете чипсы?

- Крупный сетевой магазин/супермаркет
- Небольшой магазин (формат у дома)
- Палатка/киоск
- Рынок
- Интернет-магазин
- Другое

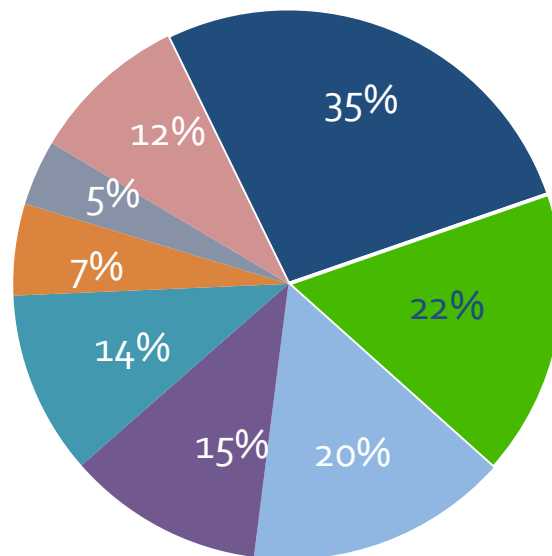


Основным местом покупки чипсов являются крупные сетевые магазины, хотя почти треть аудитории покупает их также в небольших магазинах у дома или в палатках/киосках

Предпочтения по вкусу чипсов

Какой вкус чипсов Вы обычно предпочитаете?

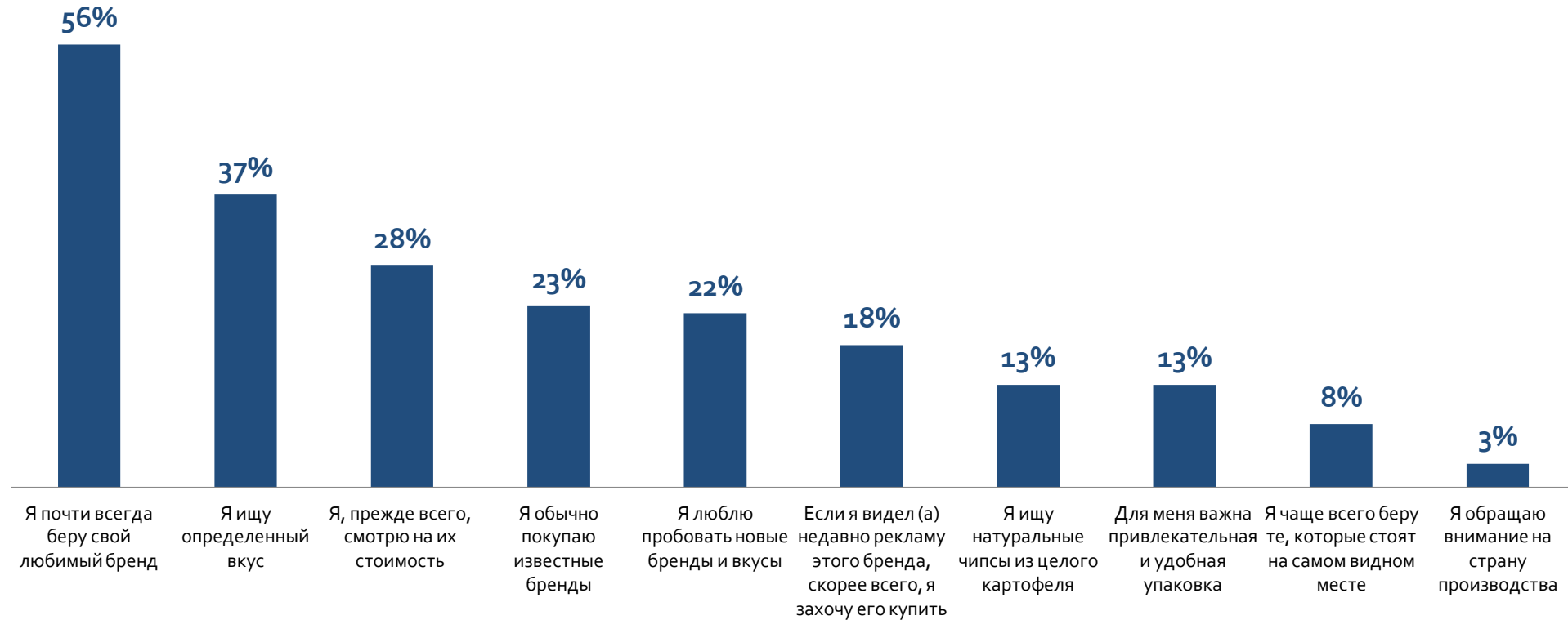
■ Сметана и лук ■ Сыр ■ С солью ■ Бекон
■ Паприка ■ Морепродукты ■ Грибы ■ Другое



Наиболее популярным вкусом чипсов является «сметана и лук», «сыр» и «с солью».

Драйверы выбора чипсов

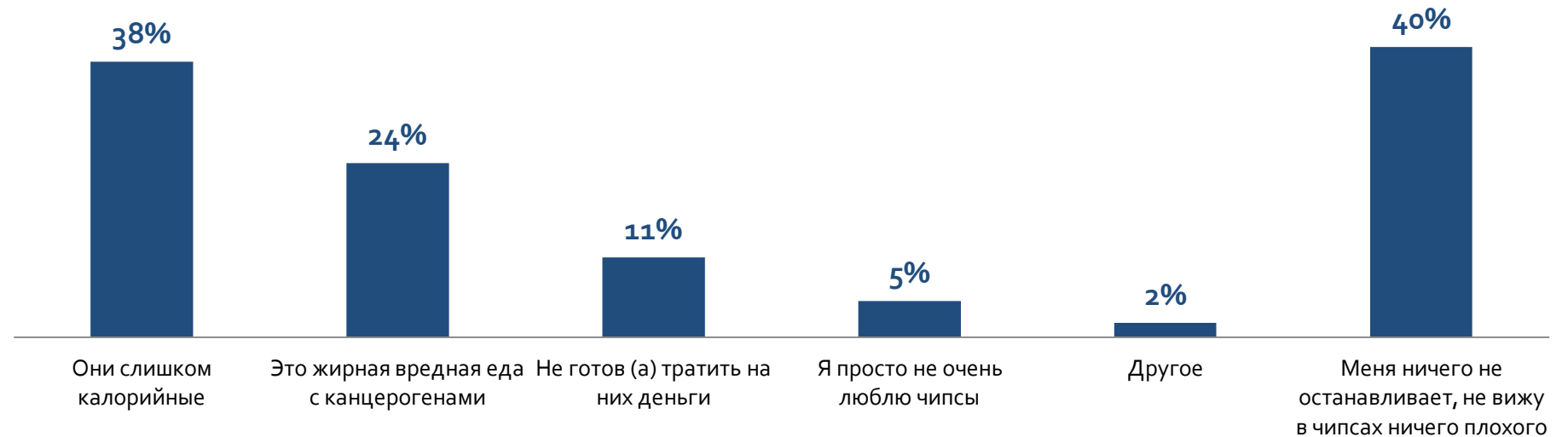
Отметьте высказывания, которые наиболее верно характеризуют процесс выбора Вами чипсов



Половина потребителей сохраняет лояльность одному бренду, также наиболее важными факторами выбора являются вкус и стоимость. 18% говорят, что, скорее всего, захотят попробовать чипсы, если видели их рекламу.

Барьеры для потребления чипсов

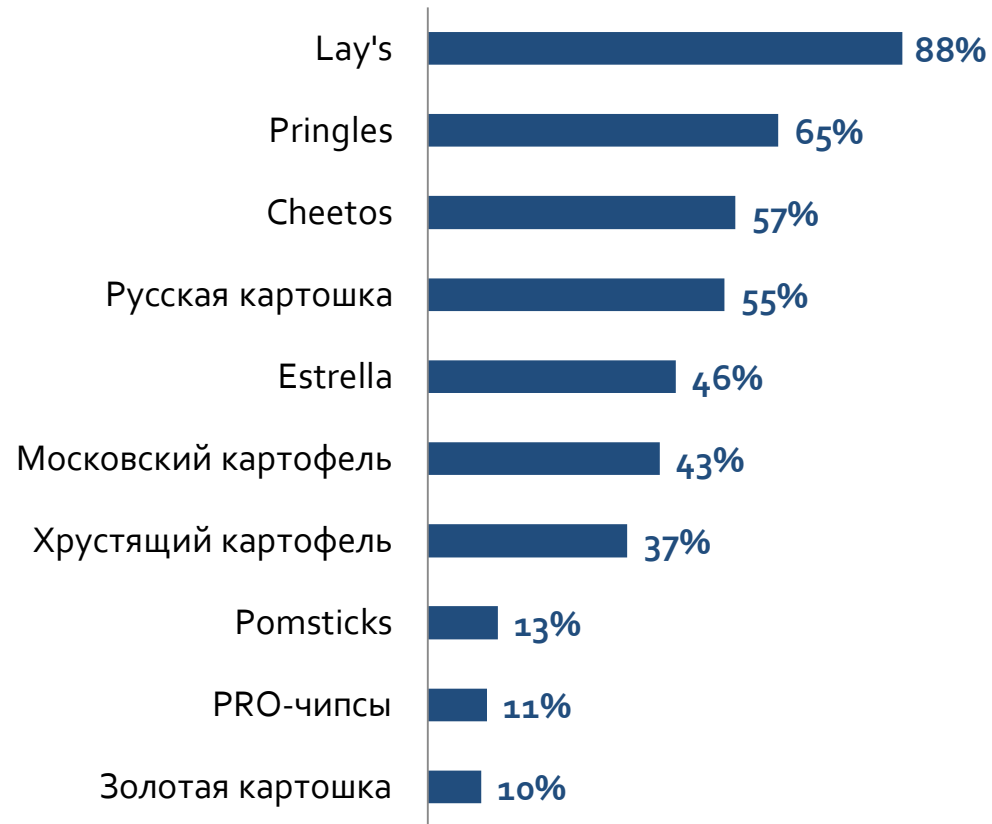
Что останавливает Вас от более частой покупки/потребления чипсов?



Основной барьер для потребления чипсов – это даже не восприятие их как вредной еды, а их высокая калорийность. Однако 40% потребителей не видят для себя никаких барьеров при покупке чипсов

Топ брендов по подсказанному знанию в категории

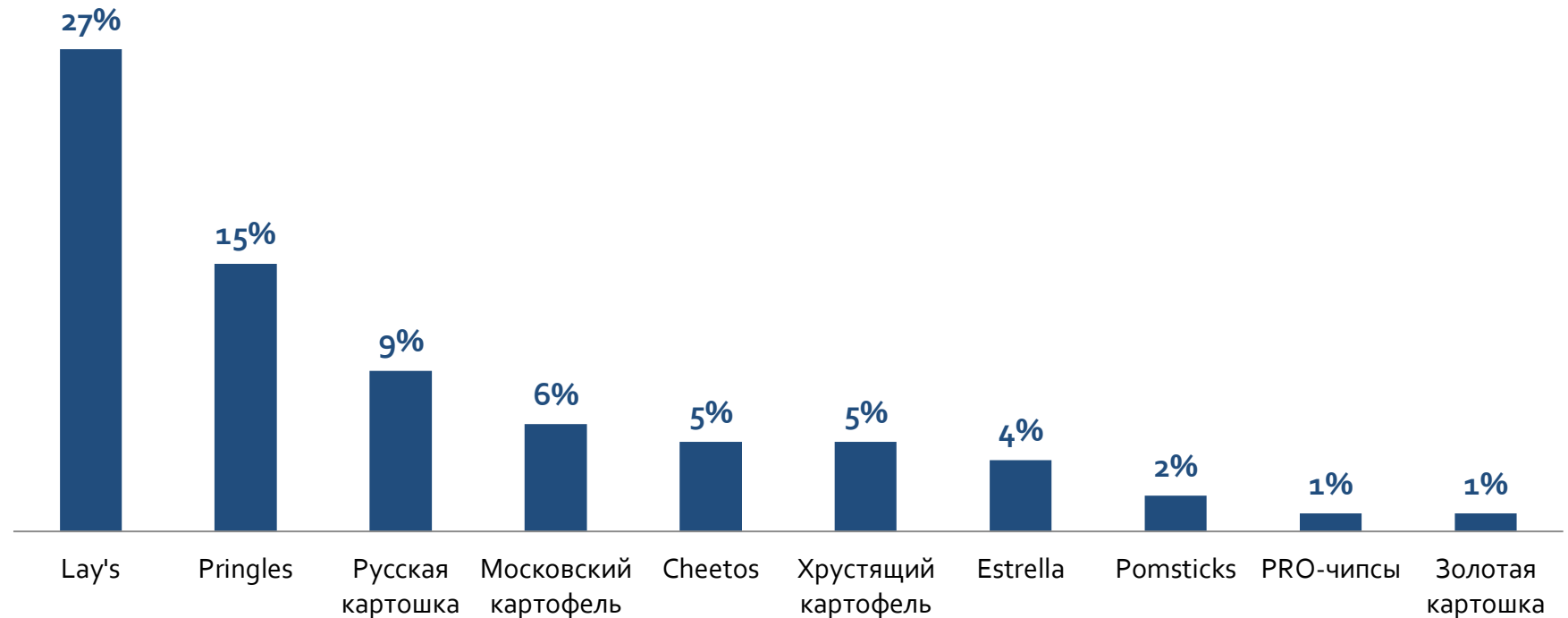
Какие бренды чипсов из нижеперечисленных Вы знаете?



Наиболее высокого уровня знания в категории смог достичь бренд Lay's. Он с заметным отрывом обгоняют все остальные бренды.

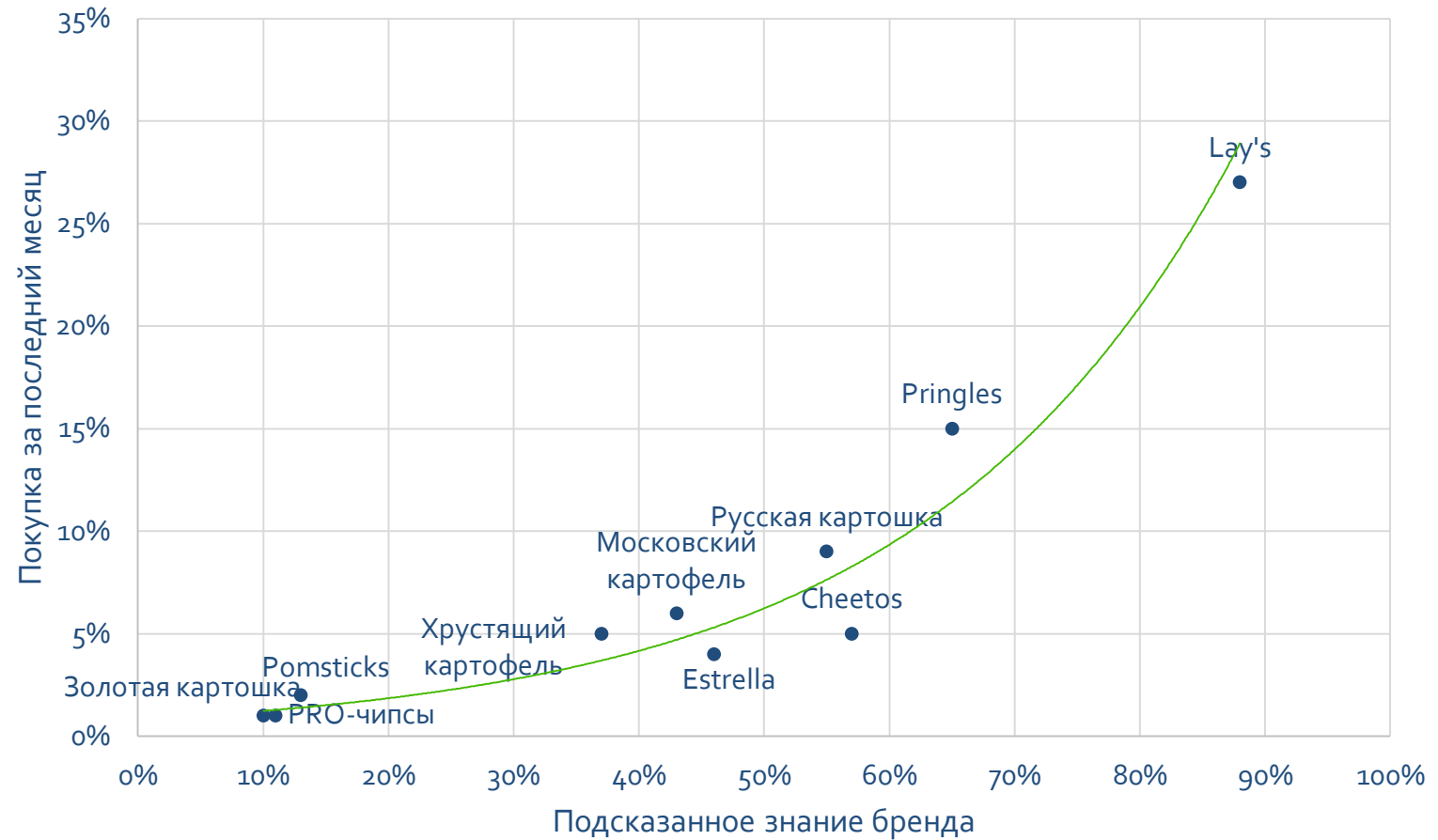
Топ брендов по покупкам в категории

Какие бренды чипсов из нижеперечисленных Вы покупали за последний месяц?



Наиболее часто покупаемый бренд чипсов - Lay's. Они с заметным отрывом обгоняют все остальные бренды по продажам.

Корреляция между знанием бренда и покупкой



Между знанием и потреблением бренда прослеживается прямая корреляция: чем выше знание, тем выше уровень потребления. Причем резкий рост потребления начинается при уровне знания от 60%.

Основные выводы

Портрет аудитории

64% населения старше 16 лет являются потребителями категории Чипсы, при этом часть из них не покупает чипсы, хотя ест их, а другая часть ест чипсы, но не покупает их самостоятельно. Целевая аудитория потребителей чипсов – это, прежде всего, люди в возрасте 16-34 со средним доходом. В аудитории преобладают мужчины. Наиболее характерны для аудитории потребителей чипсов походы в кино, использование электричек, метро, посещение бизнес-центров и АЗС. Однако более охватными каналами являются соц. сети, реклама на транспорте, в торговых центрах и на радио

Практики потребления

Более половины потребителей категории покупают/едят чипсы раз в месяц и реже. Однако 13% делают это несколько раз в неделю, в основном это молодые мужчины до 25 лет. Основным местом покупки чипсов являются крупные сетевые магазины, хотя почти треть аудитории покупает их также в небольших магазинах у дома или в палатках/киосках. Наиболее популярным вкусом чипсов является «сметана и лук», «сыр» и «с солью». Половина потребителей сохраняет лояльность одному бренду, также наиболее важными факторами выбора являются вкус и стоимость. 18% говорят, что, скорее всего, захотят попробовать чипсы, если видели их рекламу. Основной барьер для потребления чипсов – это даже не восприятие их как вредной еды, а их высокая калорийность. Однако 40% потребителей не видят для себя никаких барьеров при покупке чипсов

Знание vs потребление

Наиболее высокого уровня знания в категории смог достичь бренд Lay's. Он с заметным отрывом обгоняют все остальные бренды. Наиболее часто покупаемый бренд чипсов - Lay's. Они с заметным отрывом обгоняют все остальные бренды по продажам. Между знанием и потреблением бренда прослеживается прямая корреляция: чем выше знание, тем выше уровень потребления. Причем резкий рост потребления начинается при уровне знания от 60%.

Спасибо!

Москва, Россия
127018, ул. Полковая, д. 3, стр. 3, офис 302

Тел.: +7 (916) 459 27 71
Тел.: +7 (495) 177 46 54

vtkach@vision-agency.ru

www.vision-agency.ru