

ТРЕКИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ



VISION

Исследовательское агентство

МЕТОДОЛОГИЯ ТРЕКИНГА



БРЕНД

Бренд X

МЕТОД

on-line опрос

ЗАМЕР

1

РЕСПОНДЕНТЫ

Ж, 35-54, доход средний и выше

ВЫБОРКА

1200

ГЕОГРАФИЯ

РФ

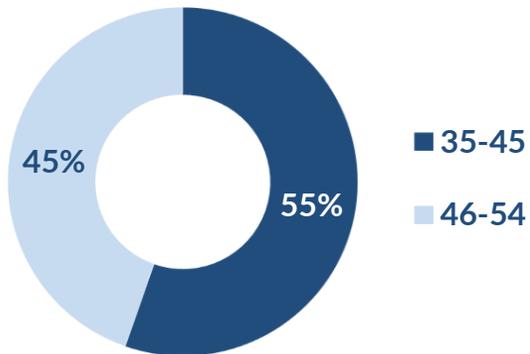
ПЕРИОД

....

ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

VISION

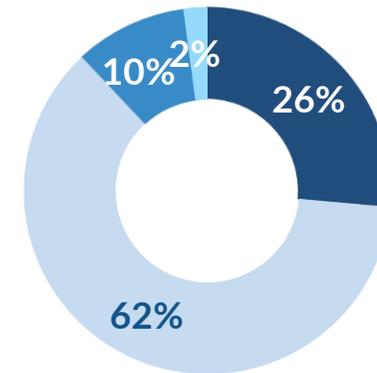
ВОЗРАСТ



ГРАЖДАНСКИЙ СТАТУС



ДОХОД

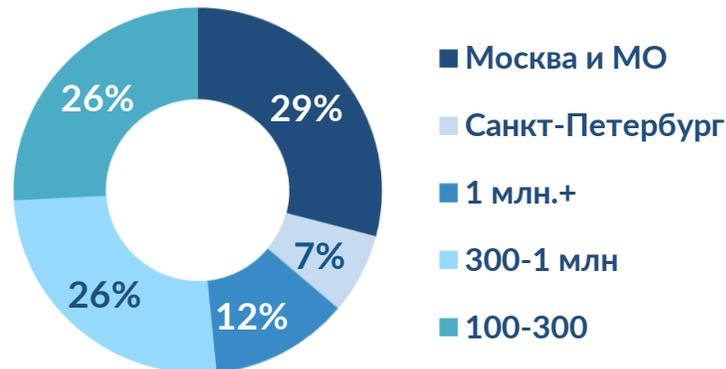


- Нам хватает на еду и одежду
- Мы можем купить основную бытовую технику
- Наших средств хватает на все, кроме недвижимости
- У нас не т финансовых затруднений

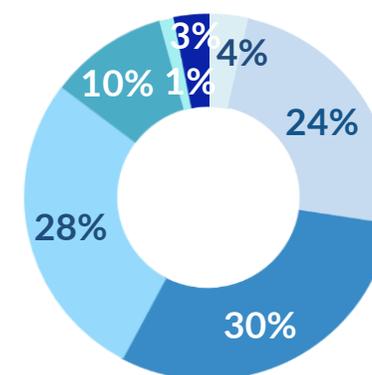
ЗАНЯТОСТЬ



ГЕОГРАФИЯ



УРОВЕНЬ ДОХОДА



- 11 000 - 20 000 рублей
- 21 000 - 30 000 рублей
- 31 000 - 40 000 рублей
- 41 000 - 50 000 рублей
- 51 000 - 75 000 рублей
- 76 000 - 100 000 рублей
- Более 100 000 рублей

В опросе участвовали 1200 женщин 35-54 лет со средним доходом и выше. Среди них оказалось чуть больше женщин в браке, работающих в основном полный рабочий день.

Сколько Вам полных лет? Что из перечисленного лучше всего описывает Ваш гражданский статус? Скажите, пожалуйста, как бы Вы охарактеризовали уровень доходов Вашей семьи? Каков график Вашей работы? В каком городе Вы живёте постоянно (более 6 месяцев)? Если сложить все источники дохода всех членов Вашей семьи за месяц – зарплату, пенсии, стипендии, пособия на детей и т.д. К какой группе по СУММАРНОМУ ДОХОДУ ЗА ПОСЛЕДНИЙ МЕСЯЦ Вы бы отнесли Вашу семью? База: Все

СПОНТАННОЕ ЗНАНИЕ В КАТЕГОРИИ: TOP-10

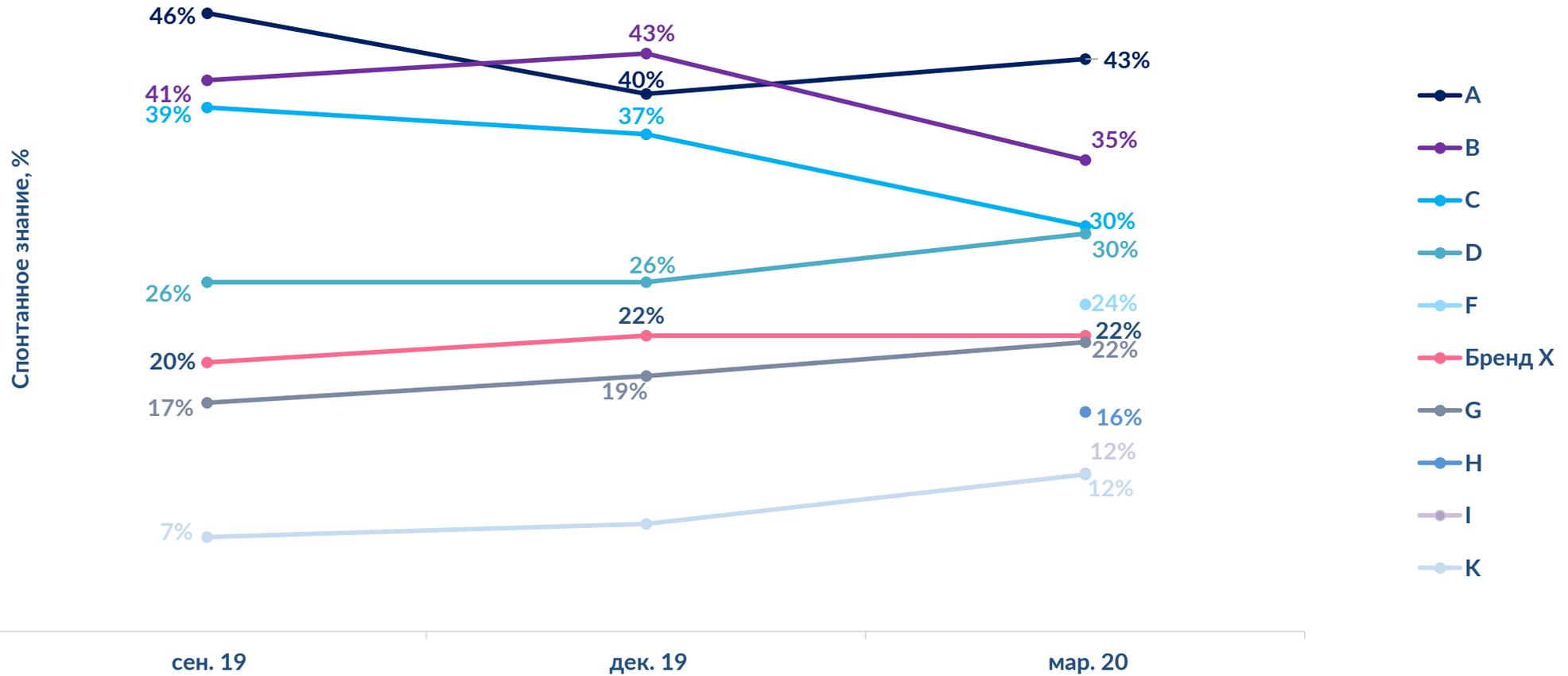
VISION



Лидером по спонтанному знанию брендов в товарной категории «...» является А. В тройке лидеров также В, С, D. Бренд X с 22% на 6 месте.

СПОНТАННОЕ ЗНАНИЕ В КАТЕГОРИИ: ДИНАМИКА

VISION

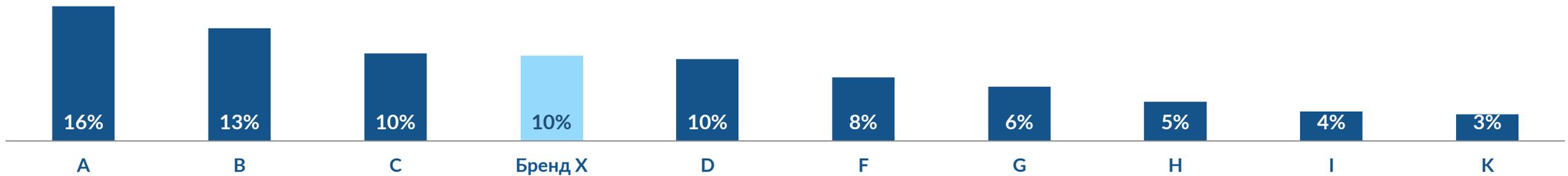


Бренд X сохраняет свои позиции на рынке. Хорошая динамика у ... Достаточно сильно потеряли в знании ...

Напишите какие вы знаете? База: (Все сен.19/дек.19/ мар.2020)

СПОНТАННОЕ ЗНАНИЕ В КАТЕГОРИИ: TOP OF MIND

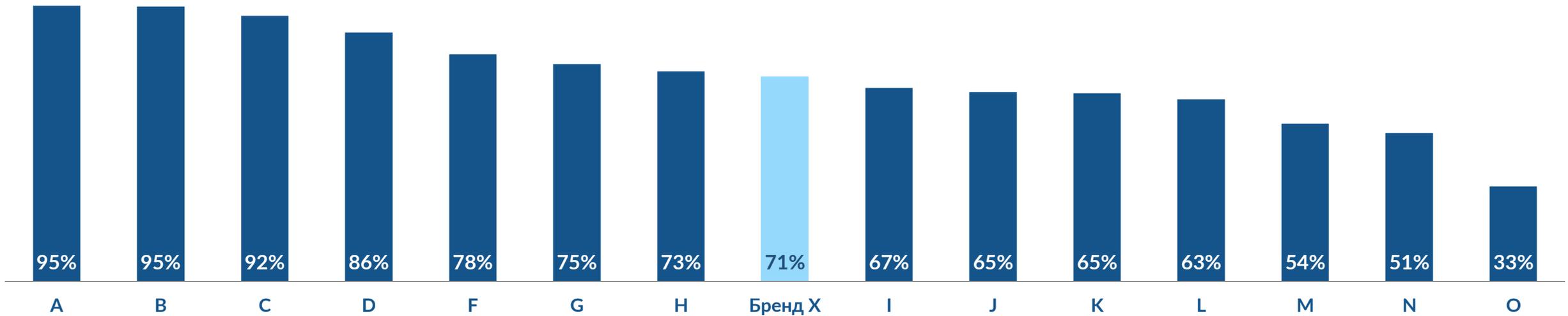
VISION



По показателю Top of mind Бренд X следует сразу за лидерами с 10% на 4 месте.

ПОДСКАЗАННОЕ ЗНАНИЕ В КАТЕГОРИИ

VISION

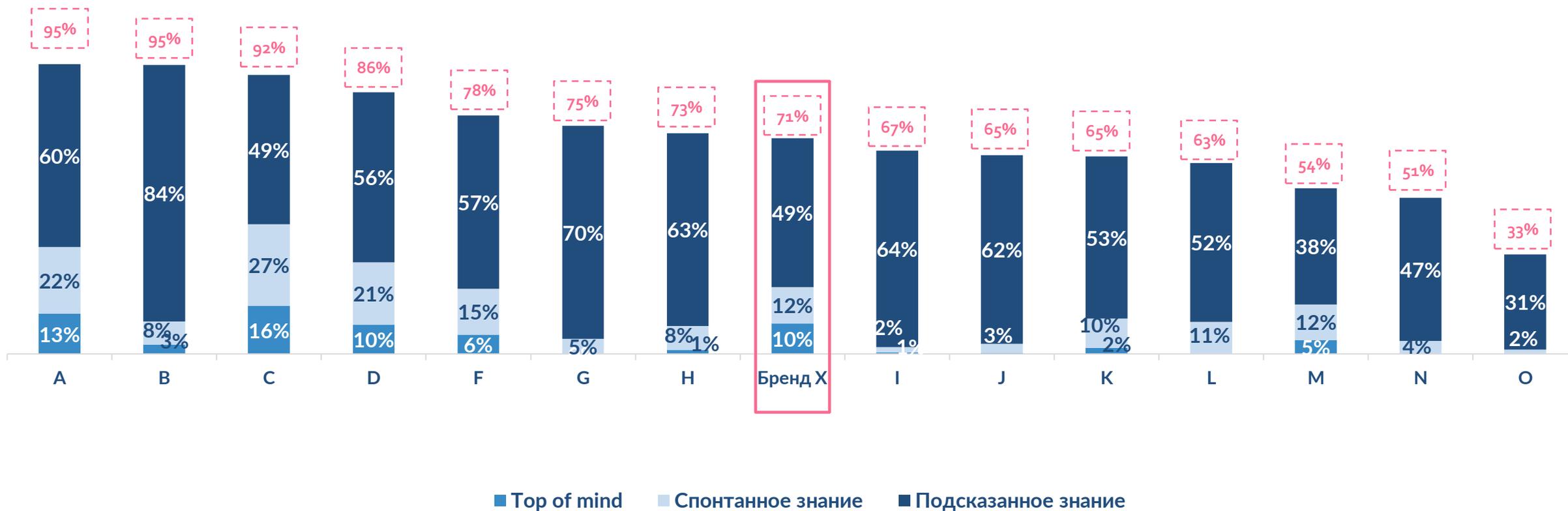


Почти вся аудитория знает Сказали с подсказкой, что знают Бренд X 71% женщин.

Отметьте, пожалуйста, ВСЕ известные Вам названия из списка, даже если Вы их уже писали в предыдущих вопросах. База: Все

ЗНАНИЕ БРЕНДОВ

VISION

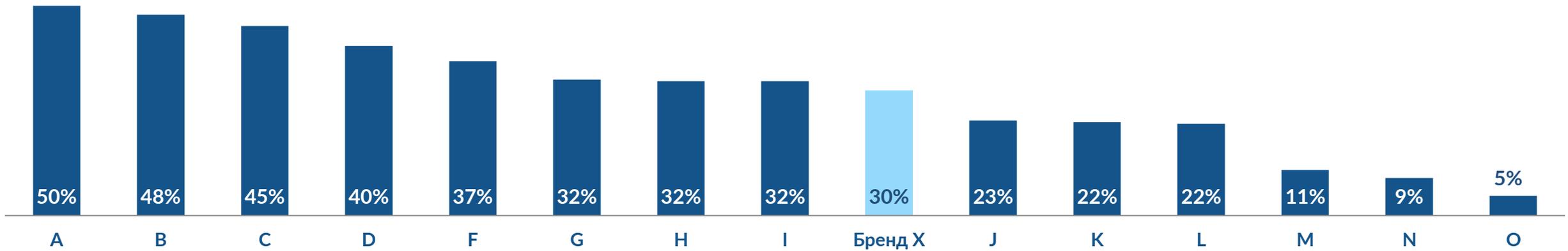


Бренд X входит в ТОП-10, демонстрируя неплохие показатели спонтанного знания на фоне остальных.

Напишите какие ... Вы знаете. Отметьте, пожалуйста, ВСЕ известные Вам названия из списка, даже если Вы их уже писали в предыдущих вопросах. База: Все

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОГДА-ЛИБО

VISION

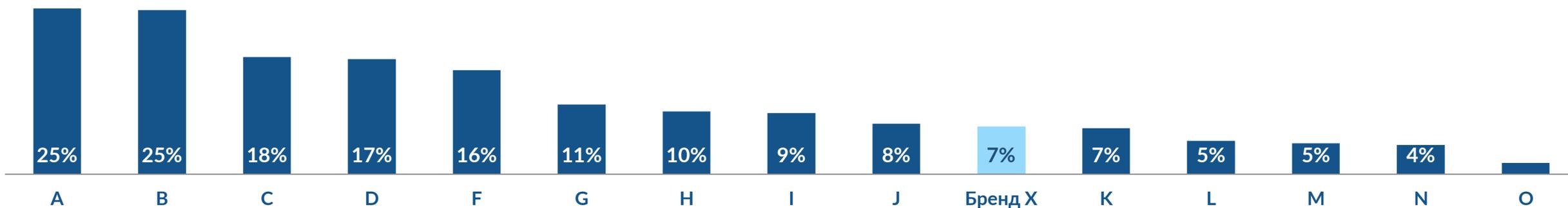


Треть женщин отметили, что покупали Бренд X.

Покупали ли Вы лично ... в ... КОГДА-ЛИБО? База: Все

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ

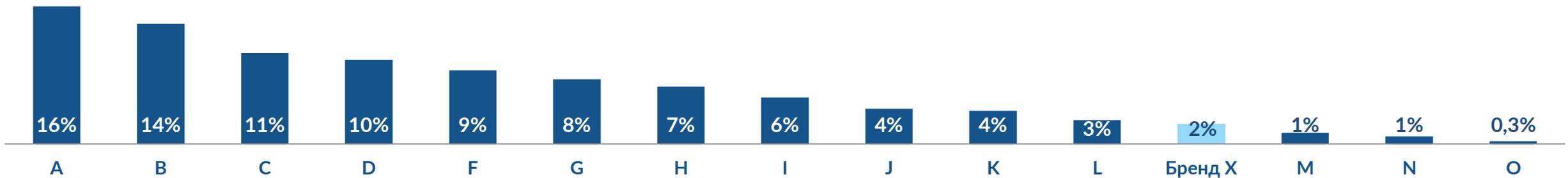
VISION



7% женщин купили что-то в Бренд X.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЧАЩЕ ВСЕГО

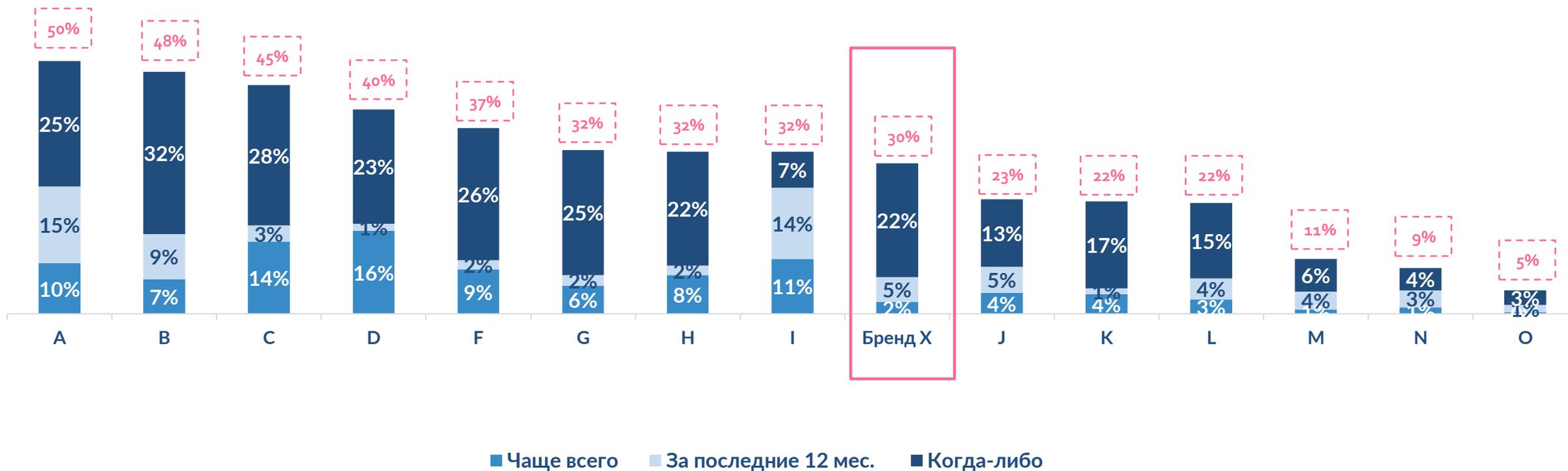
VISION



В Бренд X чаще всего покупают 2%.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БРЕНДОВ

VISION

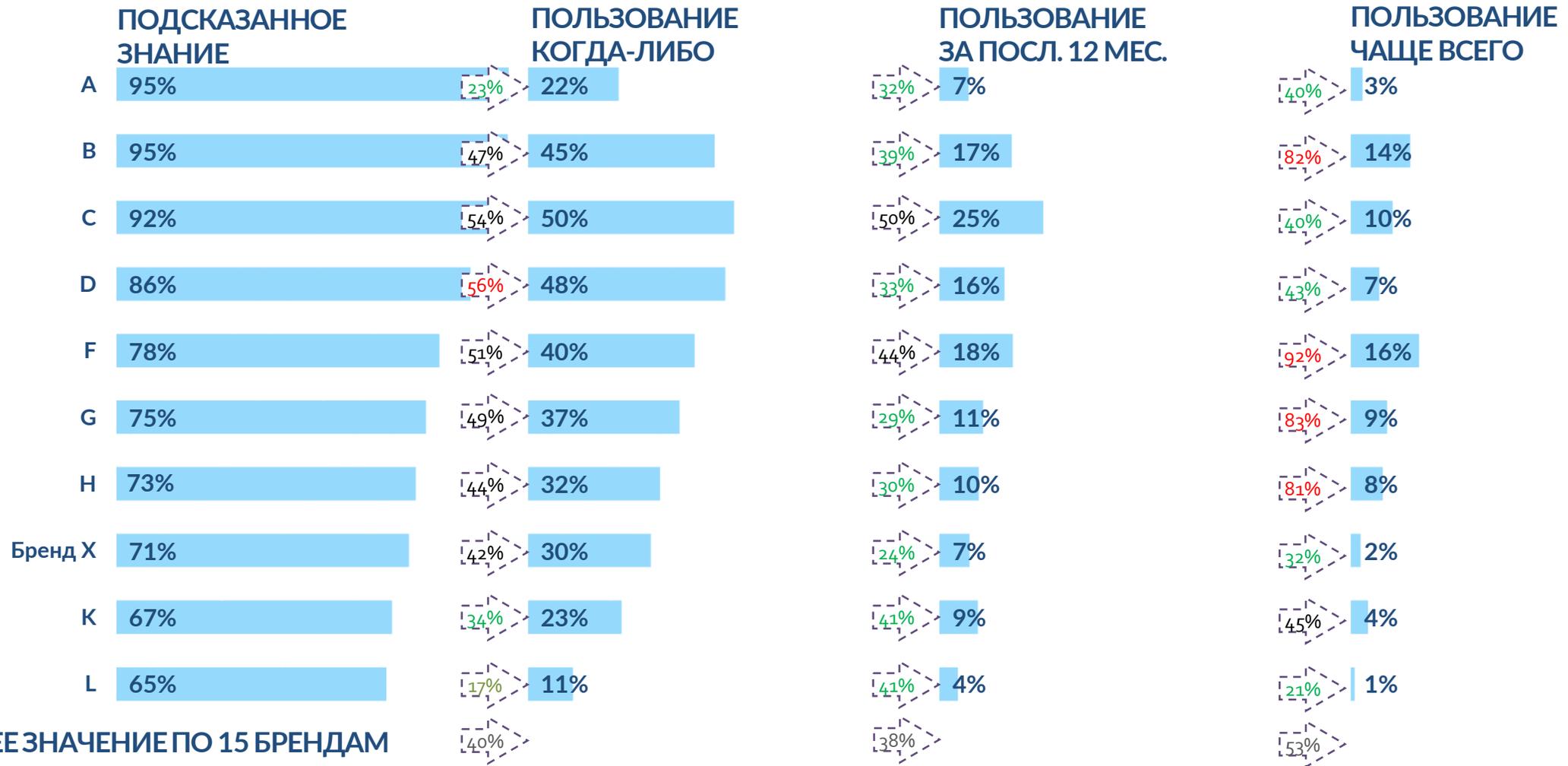


Бренд X входит в ТОП-10 популярных у пользователей брендов.

Укажите, пожалуйста, насколько хорошо Вы знакомы с ... Покупали ли Вы лично ... КОГДА-ЛИБО/ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ /ЧАЩЕ ВСЕГО?
База: Все

КОНВЕРСИЯ ИЗ ЗНАНИЯ В ПОКУПКУ. ТОП-10

VISION



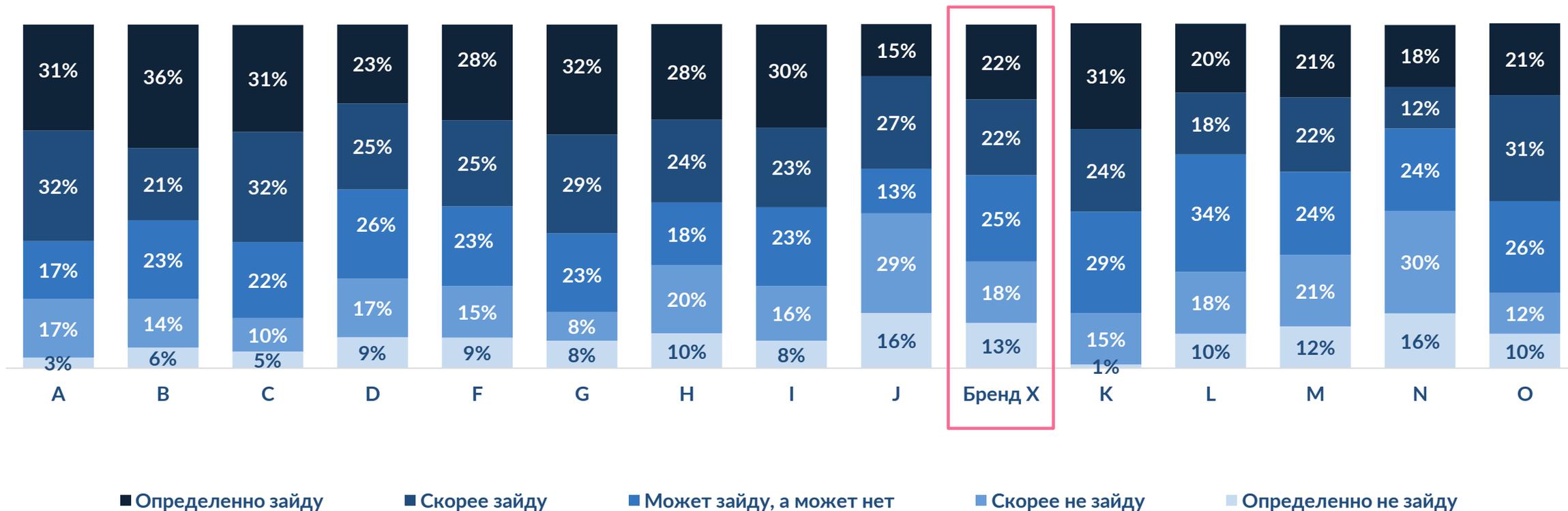
Бренд X входит в ТОП-10 и демонстрирует хорошую конверсию из знания в пользование, но показатели удержания клиентов ниже средних значений.

Укажите, пожалуйста, насколько хорошо Вы знакомы с ... Покупали ли Вы лично ... КОГДА-ЛИБО/ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ /ЧАЩЕ ВСЕГО?

База: Все

ВОЗМОЖНАЯ ПОКУПКА

VISION

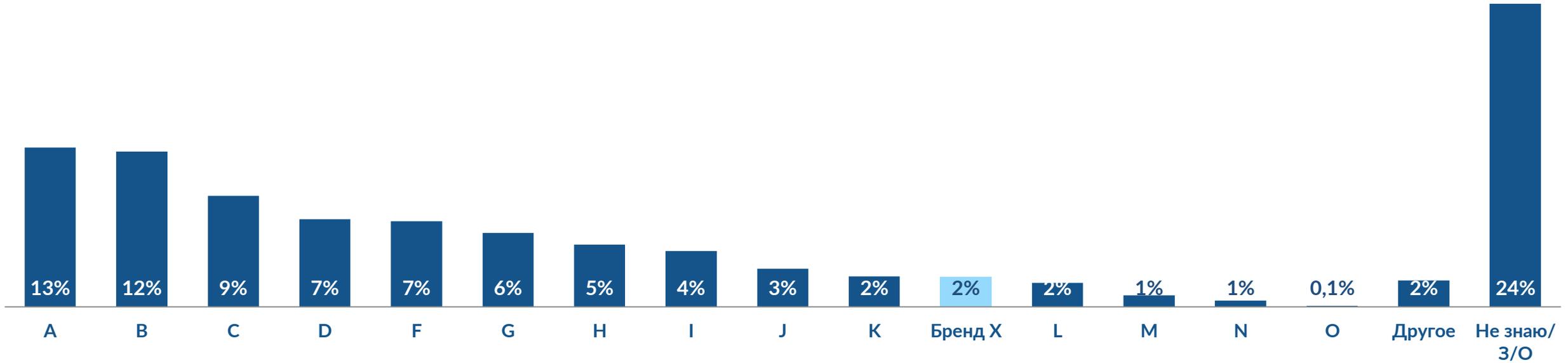


Возможность зайти в Бренд X аудитория скорее оценивает нейтрально. Доля тех, кто точно планирует зайти в этот магазин 22%.

А сейчас, подумайте, пожалуйста, о ..., в которых Вы, возможно, будете покупать ... Отметьте, пожалуйста, насколько вероятно, что Вы зайдете в магазин...? База: Знают бренд

НАИБОЛЕЕ ВЕРОЯТНАЯ ПОКУПКА

VISION

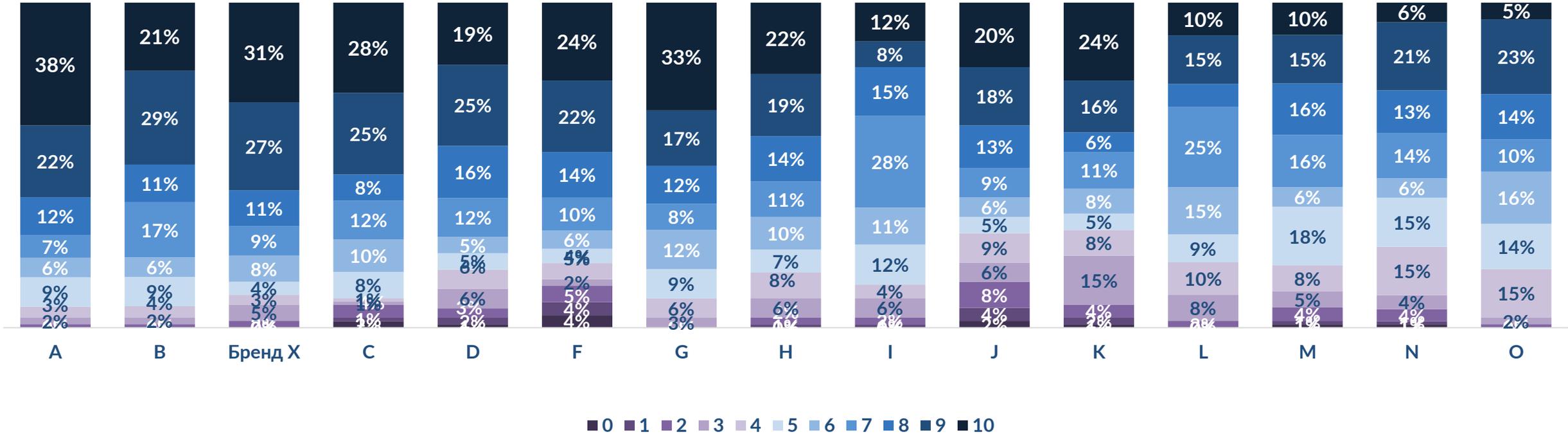


В следующий раз при необходимости ... 2% сначала зайдут в Бренд X.

Какой из перечисленных магазинов будет Вашим первым выбором в следующий раз, когда Вам нужно будет купить ...? (Один ответ) База: Все

РЕКОМЕНДАЦИИ

VISION



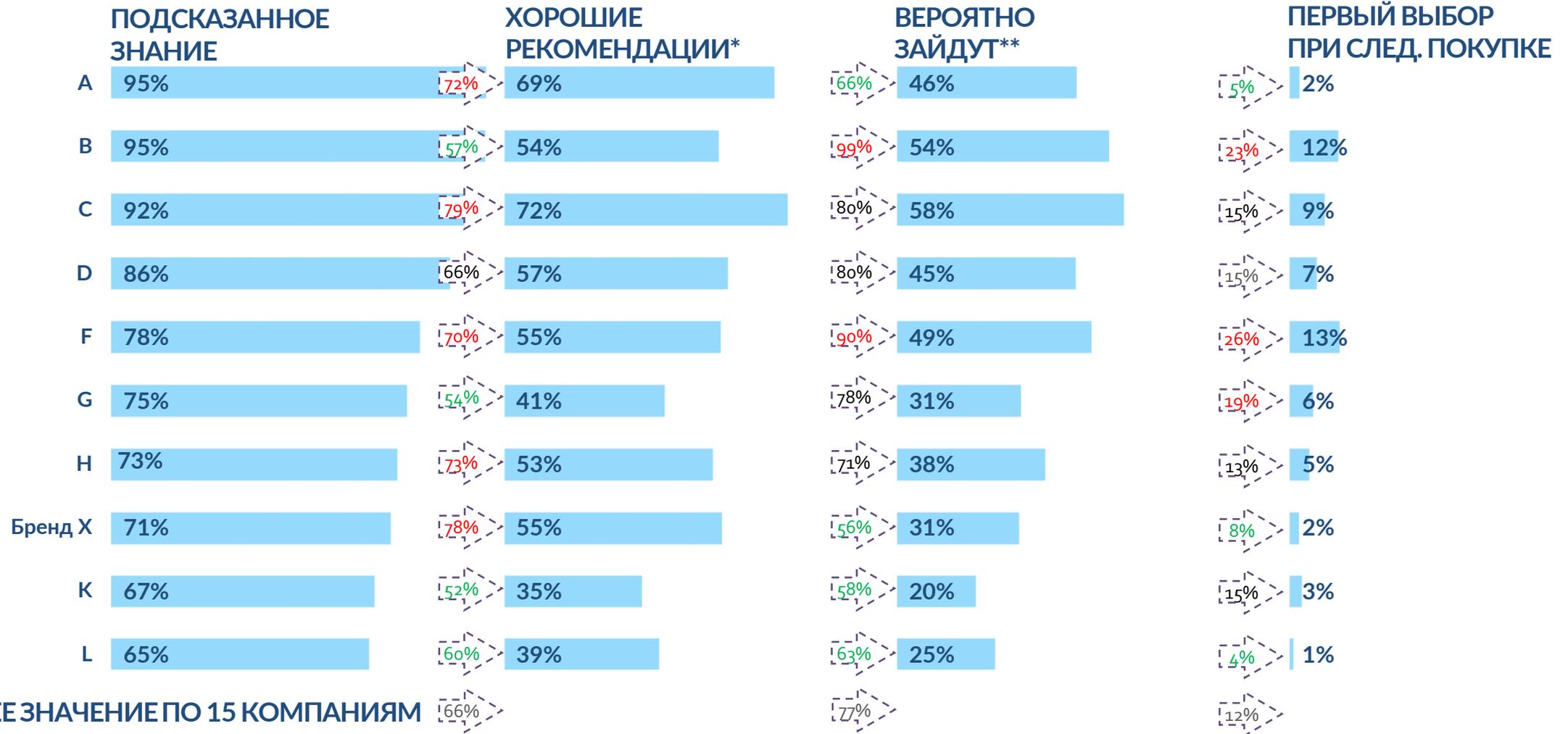
Аудитория более охотно готова рекомендовать А, В, Бренд X.

Скажите, пожалуйста, в какой степени Вы рекомендовали бы... своим друзьям и знакомым? 0 - Определенно не порекомендую, 10 - Определенно порекомендую)

База: Знают бренд

КОНВЕРСИЯ ИЗ ЗНАНИЯ В МОТИВАЦИЮ К ЦЕЛЕВОМУ ДЕЙСТВИЮ. ТОП-10

VISION



Бренд X входит в ТОП-10 и демонстрирует высокую конверсию из знания в хорошие рекомендации, но показатели мотивации клиентов сильно отстают от средних значений.

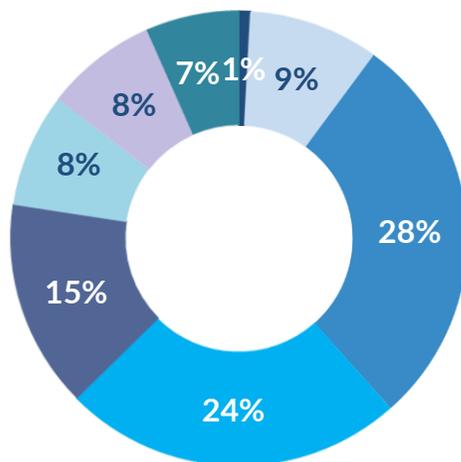
База: Все

*Хорошие рекомендации – оценки от 7 до 10 баллов **Вероятно зайдут – оценки от 4 до 5 баллов.

ЧАСТОТА ПОКУПКИ

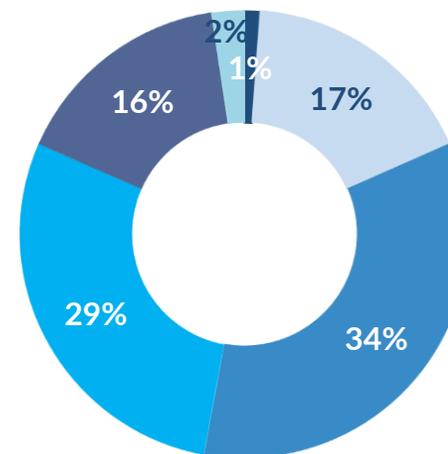
VISION

ВСЕ



- Несколько раз в неделю
- Хотя бы раз в одну-две недели
- Хотя бы один раз в месяц
- Хотя бы один раз в два-три месяца
- Хотя бы один раз в полгода
- Хотя бы один раз в год
- Реже, чем раз в год
- Никогда

ПОЛЬЗОВАТЕЛИ Бренд X
ЗА ПОСЛ. 12 МЕС.



Среди пользователей Бренд X частота покупки выше, чем у среднестатистической женщины.

Как часто вы покупаете ... ? База: Все, пользовались Бренд X за посл. 12 мес.

ПРИЧИНЫ ОТКАЗА

VISION



Среди тех, кто сомневается или не хочет пользоваться Бренд X большинство смущает ...

Вы отметили, что сомневаетесь или не хотите воспользоваться Бренд X. Скажите, пожалуйста, почему?

База: Сомневаются зайдут ли/Не зайдут Бренд X

ХАРАКТЕРИСТИКИ БРЕНДОВ

VISION

Характеристика	Бренд X	A	B	C	D	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Этот бренд мне нравится	20%	19%	24%	18%	20%	32%	12%	26%	30%	15%	6%	11%	23%	26%
Покупка этого бренда дарит радость	18%	20%	23%	19%	19%	25%	26%	27%	22%	13%	6%	14%	7%	15%
Этот бренд вдохновляет меня	9%	9%	10%	10%	12%	21%	14%	25%	23%	23%	12%	16%	25%	31%
Бренд подходит мне	17%	11%	25%	15%	17%	12%	26%	34%	45%	35%	12%	13%	15%	37%
Это модный бренд	21%	25%	31%	22%	32%	21%	2%	20%	26%	14%	1%	1%	13%	19%
Этот бренд предлагает мне широкий выбор	26%	32%	18%	30%	29%	11%	31%	21%	14%	22%	4%	14%	33%	9%
Этот бренд вызывает доверие	26%	17%	30%	25%	27%	14%	12%	5%	22%	24%	7%	5%	20%	18%
Это бренд с низкими ценами	21%	60%	14%	18%	10%	19%	44%	26%	14%	10%	18%	44%	37%	21%
Бренд предлагает хорошее качество	20%	12%	20%	17%	24%	18%	12%	12%	11%	6%	11%	13%	6%	14%

▲ Выше среднего значения

■ Соответствует среднему значению

▼ Ниже среднего значения

Аудитория чаще отмечает, что Бренд X ...

Ниже представлено несколько характеристик магазинов. Укажите, пожалуйста, к каким брендам подходят эти высказывания?

База: знают бренд

ПОРТРЕТ ЛОЯЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

VISION

	Характеристика/Бренд	Total	Бренд X	A	B	C	D	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
Возраст	35-45	55%	54%	45%	51%	57%	44%	25%	55%	48%	55%	57%	58%	61%	58%	45%	20%
	46-54	45%	46%	55%	46%	42%	56%	75%	43%	47%	42%	43%	42%	37%	40%	53%	80%
Доход	Нам хватает на еду и одежду	26%	18%	18%	22%	16%	29%	0%	32%	21%	23%	20%	28%	31%	21%	34%	27%
	Мы можем купить осн. бытовую технику	62%	75%	73%	65%	65%	53%	100%	57%	65%	63%	68%	70%	58%	65%	53%	60%
	Наших средств хватит на все, кроме недвижимости	10%	4%	9%	9%	12%	15%	0%	8%	6%	9%	11%	2%	9%	12%	11%	13%
	У нас нет никаких финансовых затруднений.	2%	4%	0%	2%	6%	3%	0%	2%	3%	3%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
Занятость	Полная занятость	76%	75%	82%	63%	74%	74%	100%	80%	73%	78%	71%	72%	76%	68%	70%	60%
	Частичная занятость	10%	11%	9%	15%	13%	12%	0%	6%	8%	9%	14%	12%	13%	16%	17%	7%
	Я в настоящее время не работаю	14%	14%	9%	20%	11%	15%	0%	13%	15%	10%	15%	16%	9%	14%	11%	33%
География	Москва и МО	29%	43%	9%	26%	45%	35%	50%	32%	35%	33%	40%	18%	33%	28%	32%	60%
	Санкт-Петербург	7%	11%	18%	7%	6%	6%	25%	6%	12%	10%	12%	4%	6%	9%	13%	13%
	1 млн.+	12%	14%	18%	11%	8%	9%	25%	8%	8%	10%	15%	24%	10%	18%	9%	0%
	300-1 млн	26%	18%	45%	23%	22%	24%	0%	32%	24%	23%	15%	20%	27%	21%	21%	20%
	100-300	26%	14%	9%	33%	20%	26%	0%	23%	21%	23%	17%	34%	24%	24%	26%	13%
Гражд. статус	Не замужем	11%	14%	9%	15%	8%	15%	0%	10%	5%	13%	12%	6%	9%	9%	11%	20%
	В отношениях	6%	14%	0%	10%	5%	3%	0%	4%	9%	4%	4%	4%	6%	5%	9%	13%
	В браке / в гражданском браке	61%	50%	55%	59%	68%	62%	50%	63%	58%	62%	66%	62%	69%	61%	55%	53%
	Разведена / разведен / живем отдельно	18%	14%	18%	13%	15%	12%	25%	18%	18%	15%	15%	26%	13%	22%	15%	20%
	Вдова / вдовец	5%	7%	18%	4%	5%	9%	25%	5%	11%	6%	2%	2%	4%	4%	11%	0%

Чаще всего покупают в Бренд X москвички, как правило, в браке, 35-45 лет со средним доходом, занятые полный рабочий день.

В каком ... Вы лично ЧАЩЕ ВСЕГО покупаете?

База: знают бренд



Выше среднего значения



Соответствует среднему значению



Ниже среднего значения

ПОРТРЕТ ЛОЯЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

VISION

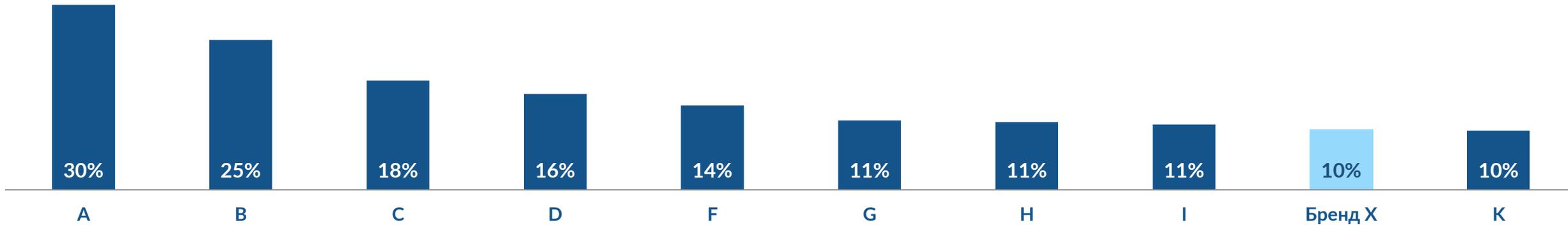


Те, кто знают Бренд X охотно рекомендовали его своим друзьям и знакомым, по сравнению, например, с ... , чей индекс NPS значительно ниже, хотя и держится на уровне средних значений.

Скажите, пожалуйста, в какой степени Вы рекомендовали бы следующие... своим друзьям и знакомым?
База: знают бренд

СПОНТАННОЕ ЗНАНИЕ РЕКЛАМЫ В КАТЕГОРИИ: TOP-10

VISION



Лидером по спонтанному знанию рекламы является бренд А. Вспомнили, что сталкивались с рекламой Бренд X 10%.

ПОДСКАЗАННОЕ ЗНАНИЕ РЕКЛАМЫ В КАТЕГОРИИ

VISION



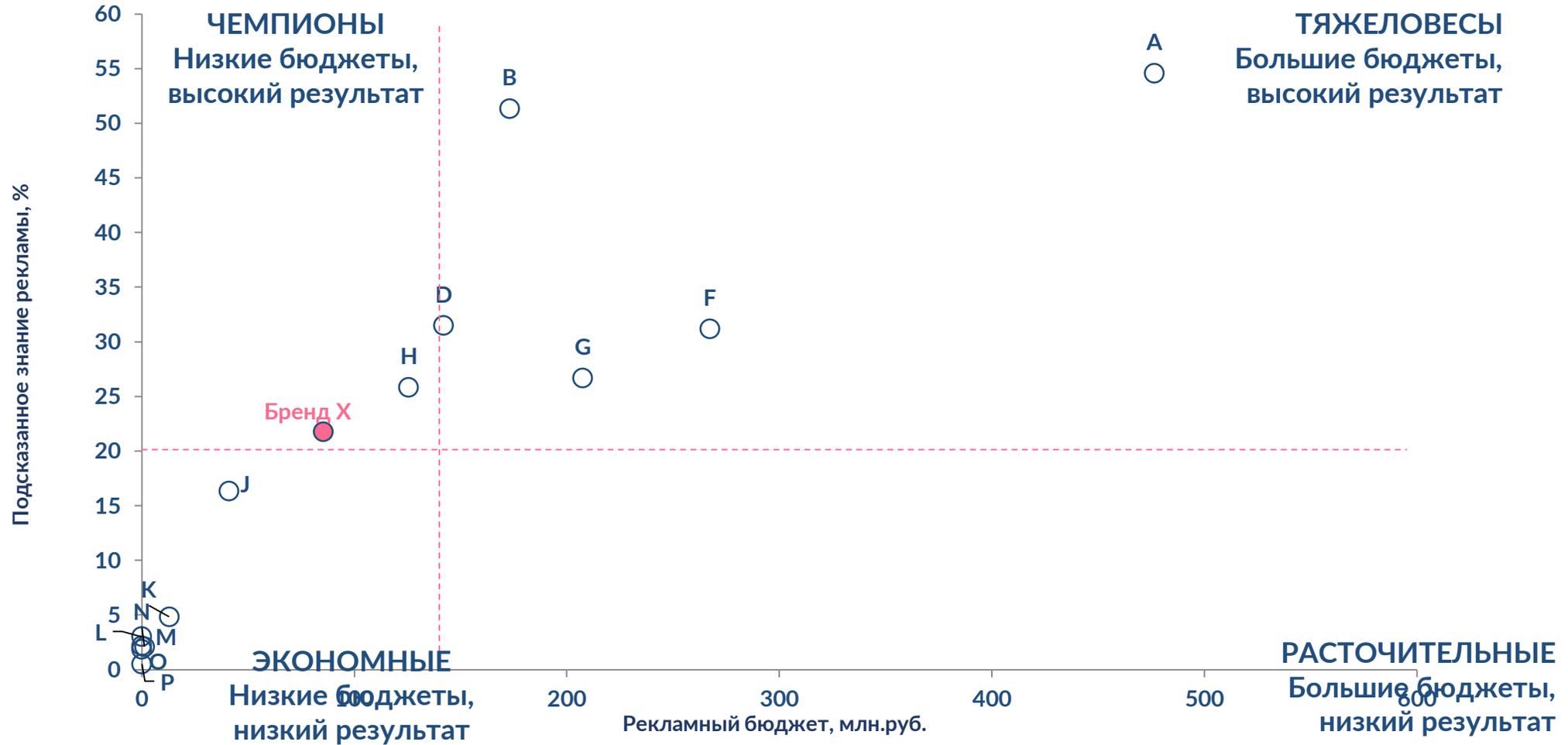
Вспомнили, что видели рекламу Бренд X 22%.

Рекламу каких Вы видели, слышали или читали в последнее время?

База: Все

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА В КАТЕГОРИИ

VISION



В квадрате чемпионов – Бренд X, который получает достаточно высокий уровень знания рекламы с гораздо меньшими бюджетами. Однако важно подчеркнуть, что бюджеты для данного анализа взяты из данных Mediascope, которые зачастую не отражают полную картину рекламной активности брендов.

Выводы





VISION

АДРЕС

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

ТЕЛЕФОН

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

E-MAIL

vtkach@vision-agency.ru

САЙТ

www.vision-agency.ru