+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Аналитическая справка «Сегментация потребителей по мотивам выбора марки колбасных изделий»

https://marketpublishers.ru/r/A6FB79CA089RU.html
Дата: 22.09.2006
Страниц: 42
Цена: 55 860 руб. (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: A6FB79CA089RU

Описание

Методы исследования

1. Качественное исследование. Глубинные интервью с потребителями колбасных изделий. Выборка – 50 респондентов. Интервью проводились с целью определить мотивы выбора потребителями марок колбасных изделий, а затем сегментировать потребителей по этому основанию (в процессе дальнейшего этапа количественного исследования).

2. Количественное исследование. Стандартизированное интервью с потребителями колбасных изделий (репрезентативная выборка, г. Москва, 800 респондентов). Целями данной работы было оценить размер сегментов покупателей, выделенных по основному мотиву выбора; провести оценку и анализ дополнительных мотивов, влияющих на выбор потребителем марки колбасных изделий; оценить наиболее известные бренды колбасных изделий с точки зрения наиболее важных для потребителей ценностей.

Аннотация

Данная аналитическая справка представляет собой приложение инновационного метода сегментирования потребителей по мотивам выбора к рынку колбасных изделий.

Данный способ сегментации потребителей колбасных изделий убедительнейшим образом объясняет причины успехов и неудач большинства марок колбасных изделий на российском рынке. Позволяет увидеть скрытые рыночные возможности и эффективные маркетинговые стратегии в условиях сложившейся конъюнктуры рынка.

В аналитической справке дается исчерпывающее описание поведения представителей каждого из выделенных сегментов, помимо основного мотива выбора марки,

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

рассматриваются и дополнительные, приводятся количественные данные о структуре мотивов потребителей групп. Рассматривается состав наиболее крупных групп потребителей с точки зрения социально-демографических параметров.

В аналитической справке приводится оценка потребителями 17 наиболее известных российских марок колбасных изделий по ключевым для успешности бренда параметрам.

Приводятся примеры позиционирования известных брендов на основе искомых потребительских ценностей.

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Содержание

ВВЕДЕНИЕ

I. ОПИСАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, «ПРЕДПОЧИТАЮЩИХ «НАТУРАЛЬНОСТЬ», БОЛЕЕ «МЯСНОЙ» ВКУС

Стратегия дифференциации компании «Велком»
«Как побудить потребителя выдать желаемое за действительное»: Стра-тегия «Клинского мясокомбината»
социально-демографический «портрет» сегмента потребителей, предпочитающих «натуральные» колбасные изделия

II. ОПИСАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ «ПОДОЗРИТЕЛЬНЫХ»ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Стратегия позиционирования бренда «Микоян»
социально-демографический «портрет» сегмента «подозрительных» потребителей

III. ОПИСАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – «КОНСЕРВАТОРОВ»

социально-демографический «портрет» сегмента потребителей – «консерваторов»

IV. ОПИСАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – «РАЦИОНАЛИСТОВ»

социально-демографический «портрет» сегмента потребителей – «рационалистов»

V. ОПИСАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, «ИЗБЕГАЮЩИХ ГЕННО-МОДИФИЦИРОВАННЫХ КОМПОНЕНТОВ»

VI. ОПИСАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – «ГУРМАНОВ»

VII. ОПИСАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – «НОСТАЛЬГИКОВ»

«Ностальгическая стратегия «Митекс Плюс»

VIII. ОПИСАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – «ЭКСПЕРИМЕНТАТОРОВ»

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Список Диаграмм

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Структура мотивов выбора марки потребителями, ценящими натуральность, «мясной» вкус.
Диаграмма 2. Карта восприятия потребителями бренда «Велком».
Диаграмма 3. Карта восприятия потребителями бренда «Клинский мясо-комбинат».
Диаграмма 4. Оценка потребителями ценности «натуральности», «мясного» вкуса» в наиболее известных марках колбасных изделий.
Диаграмма 5. Сравнительная оценка восприятия потребителями брендов "Велком" и "Клинский мясокомбинат" по ключевым параметрам.
Диаграмма 6. Возрастной состав сегмента "ценящих "натуральность", "мясной" вкус по сравнению со средневыборочными значениями.
Диаграмма 7. Состав сегмента "ценящих "натуральность", "мясной" вкус по уровню дохода.
Диаграмма 8. Структура мотивов выбора марки «подозрительными» по-требителями.
Диаграмма 9. Карта восприятия потребителями бренда «Микоян».
Диаграмма 10. Оценка потребителями ценности «надежности» в наибо-лее известных марках колбасных изделий.
Диаграмма 11. Сравнительная оценка восприятия потребителями брен-дов "Микоян", "Велком" и "Клинский мясокомбинат" по ключевым параметрам.
Диаграмма 12. Возрастной состав сегмента "подозрительных» потреби-телей по сравнению со средневыборочными значениями.
Диаграмма 13. Структура мотивов выбора марки потребителями – «консерваторами».
Диаграмма 14. Оценка потребителями ценности «привычности» в наиболее известных марках колбасных изделий.
Диаграмма 15. Сравнительная оценка восприятия потребителями от-дельных брендов по ключевым параметрам.
Диаграмма 16. Возрастной состав сегмента «консерваторов» по сравне-нию со средневыборочными значениями.
Диаграмма 17. Состав сегмента «консерваторов» по уровню дохода по сравнению со средневыборочными значениями.
Диаграмма 18. Оценка потребителями ценности «рациональности» в наиболее известных марках колбасных изделий.
Диаграмма 19. Сравнительная оценка восприятия потребителями брен-дов "Рублевские колбасы»" и "Мясной Дом Бородина" по ключевым па-раметрам.
Диаграмма 20. Карта восприятия потребителями бренда «Останкино». Опрос потребителей колбасных изделий, репрезентативная выборка, Москва, апрель 2006 года.
Диаграмма 21. Оценка потребителями ценности «отсутствие генно-модифицированных

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

компонентов» в наиболее известных марках колбасных изделий.
Диаграмма 22. Оценка потребителями ценности «особые вкусовые каче-ства» в наиболее известных марках колбасных изделий.
Диаграмма 23. Оценка потребителями ценности «ностальгичности» в наиболее известных марках колбасных изделий.
Диаграмма 24. Оценка потребителями ценности «разнообразия, оригинальности» в наиболее известных марках колбасных изделий.
Диаграмма 25. Карта восприятия потребителями бренда «Дымов».

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Список Таблиц

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Сегментация потребителей колбасных изделий по основному мотиву выбора.
Таблица 2. Описание сегмента потребителей колбасных изделий, «ценящих «натуральность», «мясной вкус».
Таблица 3. Описание сегмента «подозрительных» потребителей колбас-ных изделий.
Таблица 4. Описание сегмента потребителей – «консерваторов».
Таблица 5. Описание сегмента потребителей – «рационалистов».
Таблица 6. Описание сегмента потребителей, «избегающих генно-модифицированных компонентов».
Таблица 7. Описание сегмента потребителей – «гурманов».
Таблица 8. Описание сегмента потребителей – «ностальгиков».
Таблица 9. Описание сегмента потребителей – «экспериментаторов».

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Оформление заказа

Product name: Аналитическая справка «Сегментация потребителей по мотивам выбора марки колбасных изделий»

Product link: https://marketpublishers.ru/r/A6FB79CA089RU.html

Цена: 55 860 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

If you want to order Corporate License or Hard Copy, please, contact our Customer Service: info@marketpublishers.ru

Payment

To pay by Credit Card (Visa, MasterCard, American Express, PayPal), please, click button on product page https://marketpublishers.ru/r/A6FB79CA089RU.html

To pay by Wire Transfer, please, fill in your contact details in the form below:

Имя:

Фамилия:

Email:

Компания:

Адрес:

Город:

Zip code:

Страна:

Tel:

Факс:

Your message:

**All fields are required

Custumer signature _____

Please, note that by ordering from marketpublishers.com you are agreeing to our Terms & Conditions at https://marketpublishers.com/docs/terms.html

To place an order via fax simply print this form, fill in the information below and fax the completed form to +44 20 7900 3970