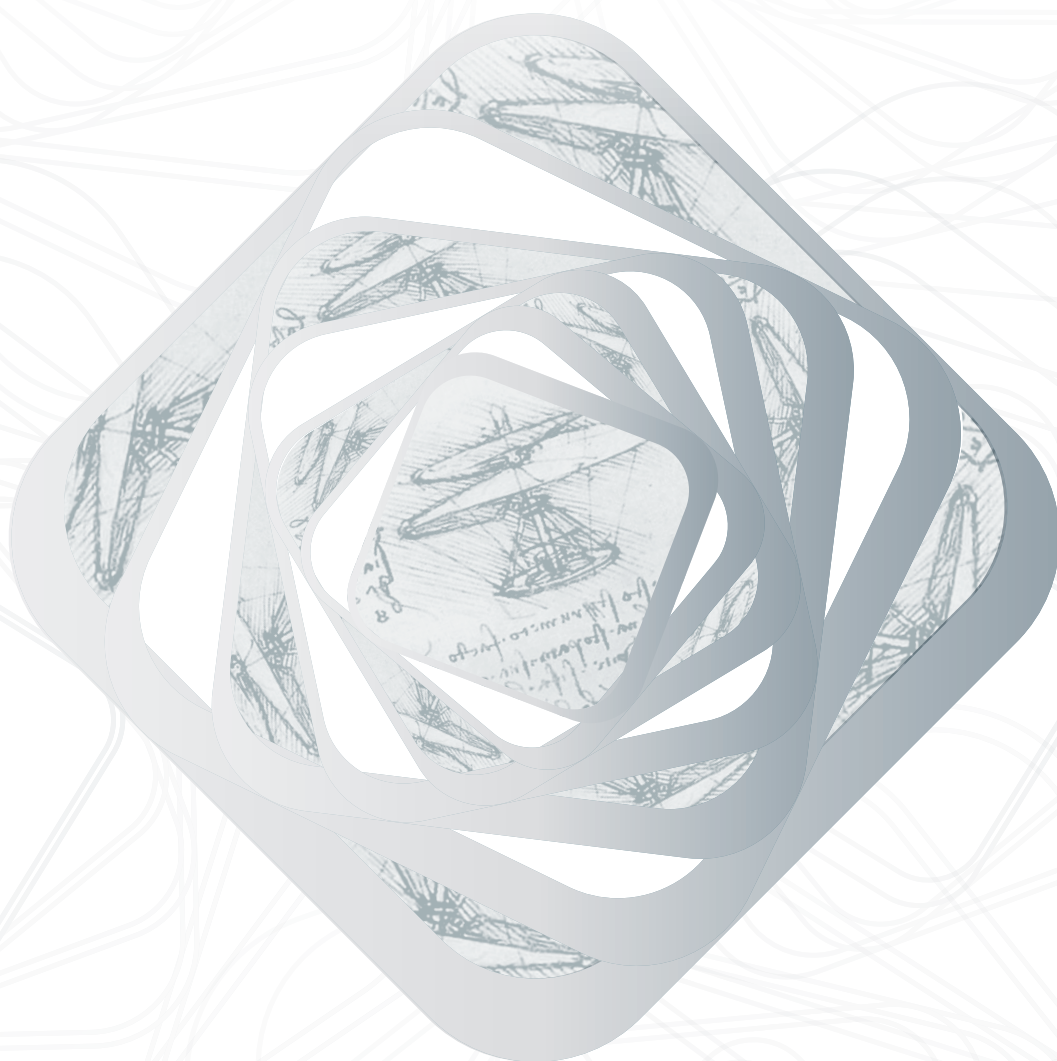
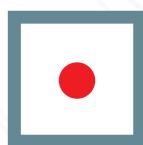


ЗНАНИЕ И ПОТРЕБЛЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК



ИНСТИТУТ ТРЕНИНГА
TRAINING INSTITUTE



АРБ ПРО

Группа Компаний «Институт Тренинга – АРБ Про»

ЗНАНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК

ДЛЯ ЧЕГО?

- 🕒 Исследование силы бренда.
- 🕒 Определение места бренда в товарной категории по сравнению с другими торговыми марками.
- 🕒 Оценка эффективности стратегии продвижения/рекламной компании.
- 🕒 Анализ конкурентной среды, выявление наиболее сильных игроков в товарной категории.

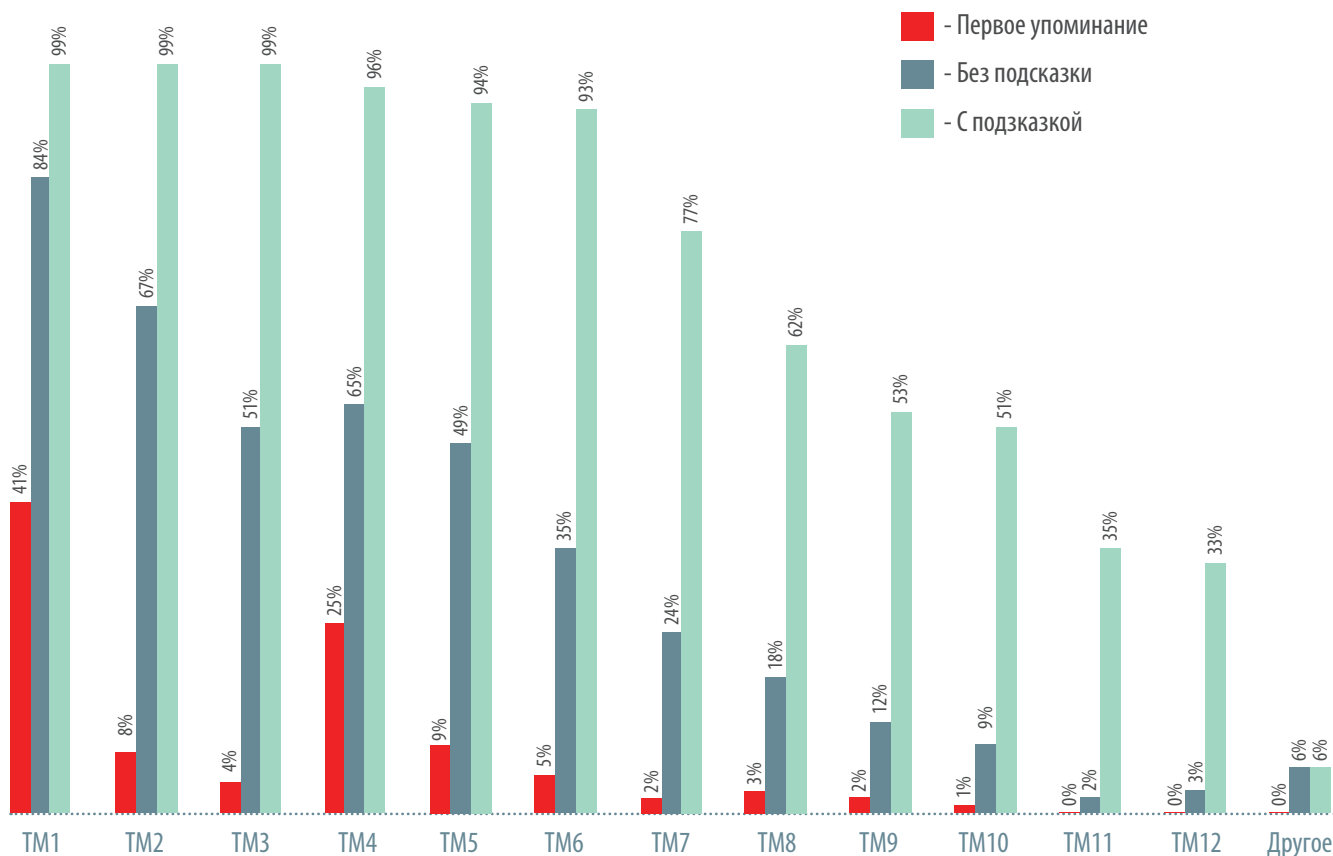
МЕТОДИКА

Знание (осведомленность) целевых потребителей о торговых марках изучается на основе вопроса «Какие марки продукта известны Вам хотя бы понаслышке?» без предъявления списка (открытый вопрос) и с подсказкой (называнием) торговых марок (закрытый вопрос).

Выявляется 3 показателя осведомленности:

1. **Спонтанное знание** – респондент называет марку без предъявления списка, т.е. спонтанно на открытый вопрос.
2. **Первое упоминание** – при спонтанном назывании марка упоминается респондентом первой.
3. **Знание с подсказкой** – респондент называет марку после устной «подсказки» интервьюера, т.е. после предъявления списка.

РЕЗУЛЬТАТ



ПОТРЕБЛЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК

ДЛЯ ЧЕГО?

- 🕒 Выявить наиболее популярные торговые марки по потреблению среди целевой аудитории.
- 🕒 Оценка частоты и объемов потребления продукции.
- 🕒 Оценка резерва роста объемов потребления торговой марки.
- 🕒 Определение целевой аудитории продукта на основе анализа социально-демографических характеристик аудитории.

МЕТОДИКА

Потребление целевыми потребителями продукта изучается на основе вопросов:

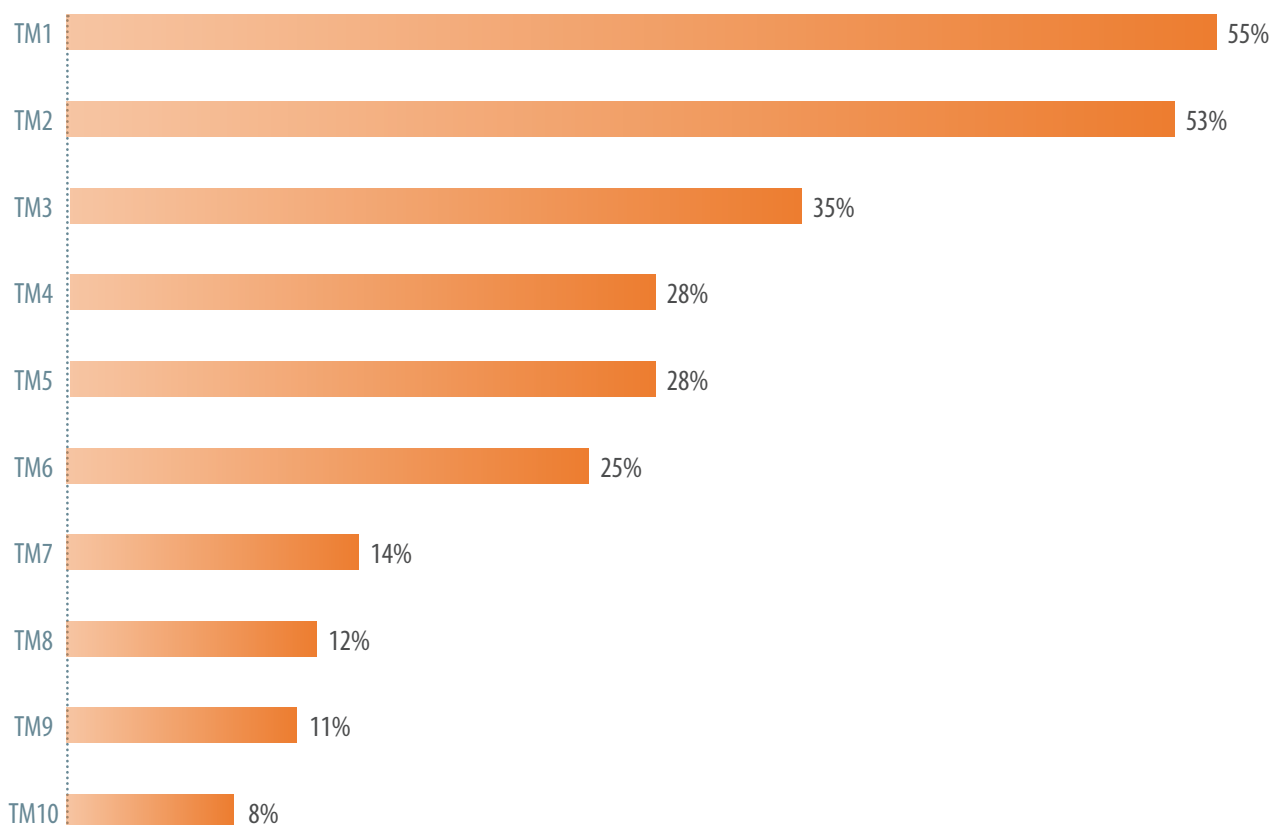
- 🕒 Какие торговые марки продукта Вы обычно потребляете?
- 🕒 Какую торговую марку продукта Вы потребляете чаще всего?

Выявляется 2 показателя потребления:

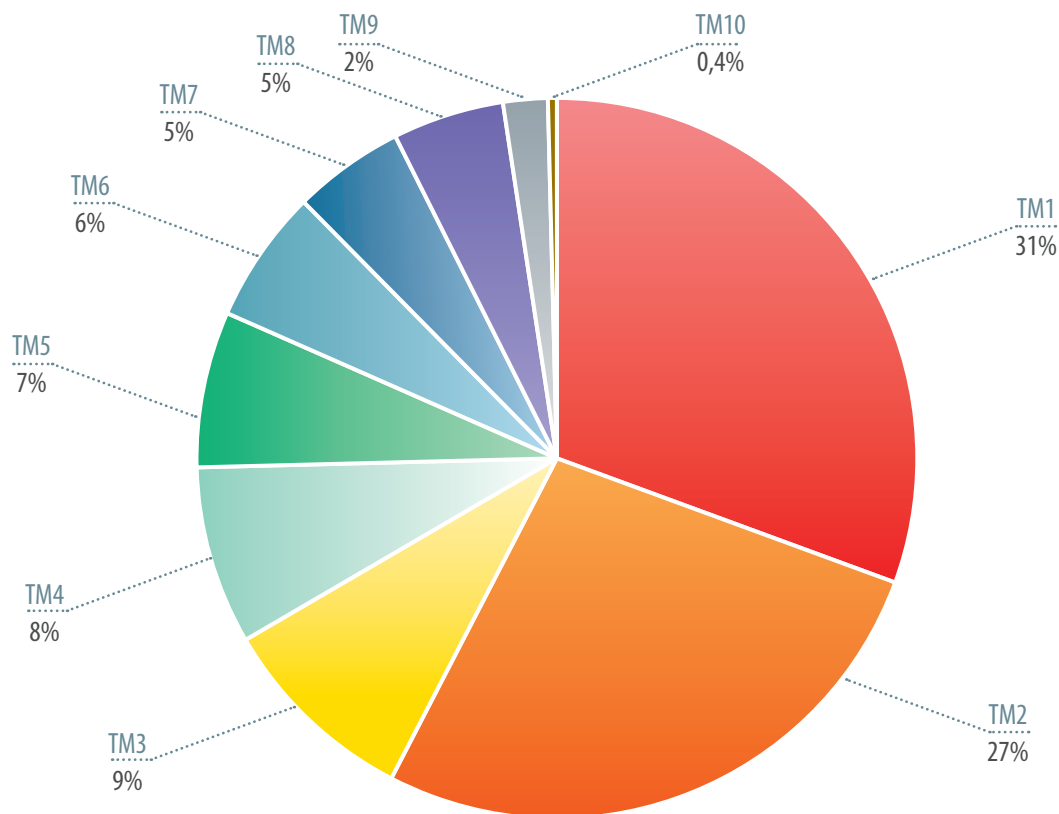
- 🕒 **Регулярное потребление.** Фиксируются ВСЕ ответы респондента «Какие торговые марки продукта Вы обычно потребляете?»
- 🕒 **Частое потребление.** Фиксируется ОДИН ответ респондента при ответе на вопрос «Какую торговую марку продукта Вы потребляете чаще всего?»

РЕЗУЛЬТАТ

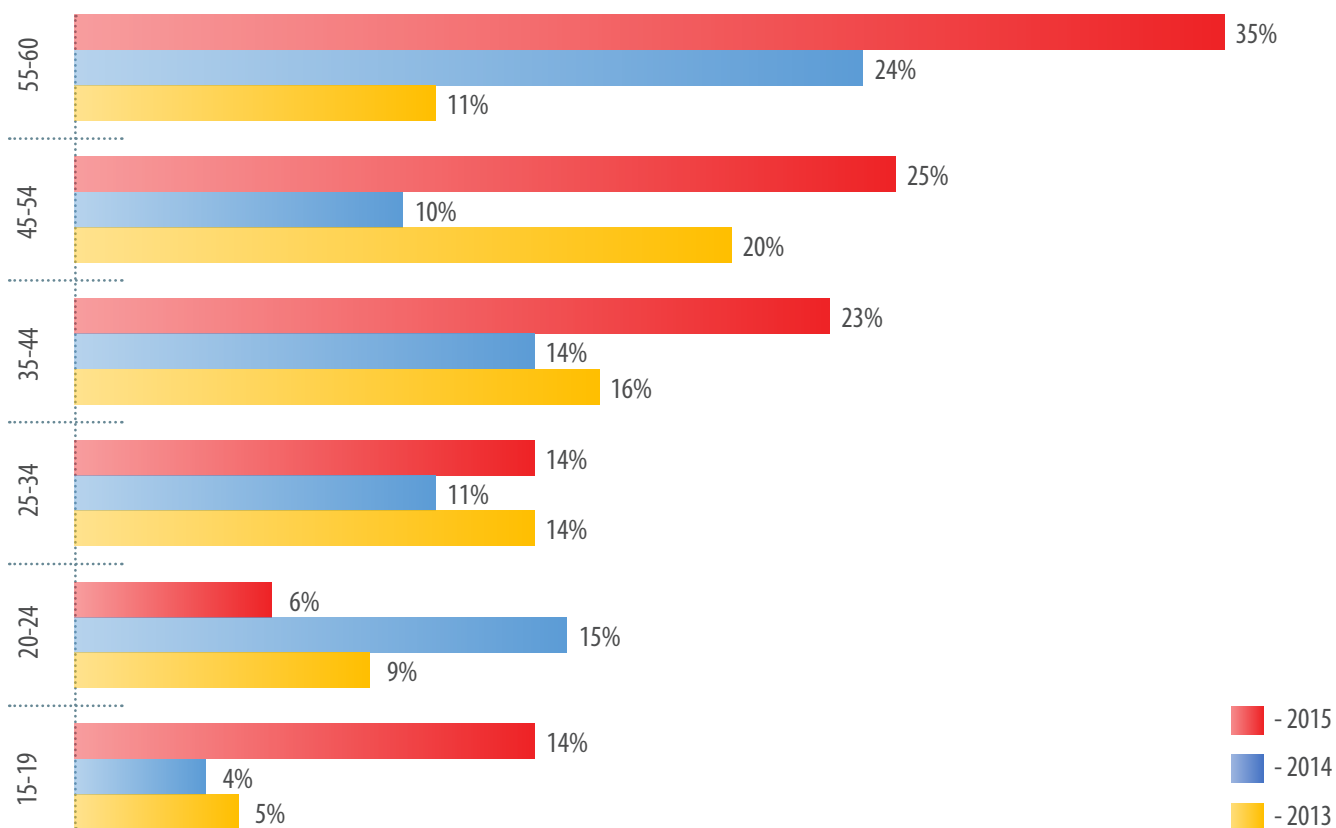
Процент респондентов, употребляющих торговую марку



Процент респондентов, предпочитающих торговую марку

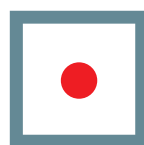


Потребление ТМ в разных возрастных группах в динамике



info@arb-pro.ru | info@training-institute.ru
www.arb-pro.ru | www.training-institute.ru

ИНСТИТУТ ТРЕНИНГА
TRAINING INSTITUTE



АРБ ПРО