

# «РОССИЙСКИЙ ПОКУПАТЕЛЬ В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ»

n

- Всесторонний анализ покупательского поведения в условиях кризиса
- Новые потребительские стратегии, их влияние на потребление FMCG товаров и розничную торговлю в России
- Реакция на колебания курсов валют

ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ ВЫ УЗНАЕТЕ:

ВОЛНА 3



## КАК ПОКУПАТЕЛЬ ВОСПРИНИМАЕТ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СИТУАЦИЮ

- Уровень покупательского оптимизма
- Наблюдаемые проявления инфляции, финансовое состояние покупателей



## РЕАКЦИЯ НА КОЛЕБАНИЯ КУРСОВ ВАЛЮТ

- Следят ли покупатели за изменениями курсов валют? Насколько обеспокоены ослаблением рубля?
- Стратегии экономии в связи с колебаниями курсов валют



## ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ЭМБАРГО

- Уровень обеспокоенности покупателей
- Замеченные изменения и ожидания покупателей

## СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ В ПЕРИОД РОСТА ЦЕН

- Что делают со своими сбережениями?
- Переключение по каналам
- **Изменения потребления в федеральных розничных сетях (NEW)**
- **Как меняются факторы выбора магазина (NEW)**
- Стали ли больше экономить? Сокращают ли потребление?
- **Сравнивают ли цены? Составляют ли списки покупок? (NEW)**

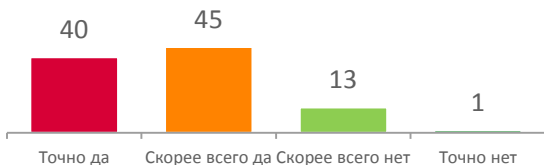


## КАК МЕНЯЕТСЯ ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ПОКУПКАХ FMCG-КАТЕГОРИЙ?

- Изменение потребления за 3 месяца, от чего отказываются в первую очередь?
- Стратегии экономии по категориям

## ИНТЕРЕСНЫЕ ФАКТЫ ИЗ 3<sup>Й</sup> ВОЛНЫ

СТАЛИ БОЛЕЕ ЭКОНОМНЫ?



ЕСТЬ ЛИ КРИЗИС?





- Свежие овощи/фрукты
- Свежее мясо/ птица/ рыба
- Мясные изделия / колбасы/ сосиски
- Традиционная молочная продукция
- Современная молочная продукция
- Сыры
- Замороженные продукты
- Крупы, макаронные изделия



- Безалкогольные газированные напитки
- Фруктовые соки
- Пиво
- Дорогой алкоголь
- Водка
- Питьевая/минеральная вода
- Сигареты



- Средства для стирки
- Средства для мытья посуды
- Средства для уборки



- Чай
- Кофе



- Конфеты в коробках
- Фасованные конфеты
- Шоколад
- Чипсы, снеки



- Корма для животных



- Средства по уходу за волосами
- Средства женской гигиены
- Средства по уходу за полостью рта
- Средства для ухода за телом
- Средства для ухода за лицом



- Бумажные продукты



- Подгузники
- Детское питание

## ДИЗАЙН ИССЕДОВАНИЯ:



- **1000 on-line интервью**, рекрутирование из on-line панели



- Полевой этап – 16-22 марта 2015
- Предоставление отчета – 1<sup>я</sup> половина апреля 2015



- **500 респондентов** = города 1млн.+
- **500 респондентов** = города 500тыс.+



### Обновление отчета:

- **300 тыс. руб.** без НДС (1<sup>я</sup>+2<sup>я</sup>+3<sup>я</sup> волны 2014-2015)
- **435 тыс. руб.** без НДС (1<sup>я</sup>+2<sup>я</sup>+3<sup>я</sup> волны 2014-2015 + 2008-2009)

Чтобы заказать, обращайтесь к своему представителю в Nielsen или отправьте свой запрос на эл. адрес

[svetlana.bobrova@nielsen.com](mailto:svetlana.bobrova@nielsen.com) + 7 495 64-65-100 (доб. 2084)

[anna.okhlopkova@nielsen.com](mailto:anna.okhlopkova@nielsen.com) + 7 495 64-65-100 (доб. 2100)

