

ПОКУПАТЕЛЬ ВИНА: СТРАТЕГИИ, ПОВЕДЕНИЕ И ТОЧКИ СБЛИЖЕНИЯ

Маргарита Абрамкина

Руководитель отдела исследований Алкоголь и HoReCa
исследовательского холдинга Ромир

Октябрь 2022



Agenda

01

**Настроения современного
покупателя**

02

**Паттерны поведения среди
покупателей Вина**



ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ПАНЕЛЬ РОМИР

Методологический дизайн



- Возможность **контроля кошелька и времени покупателя**;
- Уровень фиксации данных – **персональный уровень + уровень домохозяйства**;
- Фиксация **домашнего потребления и внедомашнего потребления** (на ходу, в машине, кинотеатры, АЗС и прочее);
- Фиксация **Horeca** (QSR + кафе, бары, рестораны);
- Фиксация **трат на услуги и развлечения**;
- Возможность **like-for-like** анализа;
- Single Source Panel – **аналитика медиа предпочтений** определенной аудитории.



ИССЛЕДОВАНИЕ М-ПУЛЬС

Методологический дизайн

База исследования

Трекинг на базе Единой панели данных Ромир / Медиа панели Ромир

Взрослое население городов от 10 000+

Репрезентативная выборка по полу, возрасту, федеральному округу и типу населённого пункта

Основные метрики



Информационный фон

Информированность, кросс-медиа потребление, уровень доверия источникам информации



Потребительские настроения

Уверенность, прогнозы, сбережения, пути преодоления экономических трудностей



Финансы

Сбережения, операции, ожидания



Покупательское поведение

Расходы, структура кошелька, сокращение спроса

Параметры исследования

Еженедельно, выборка – 700 в неделю

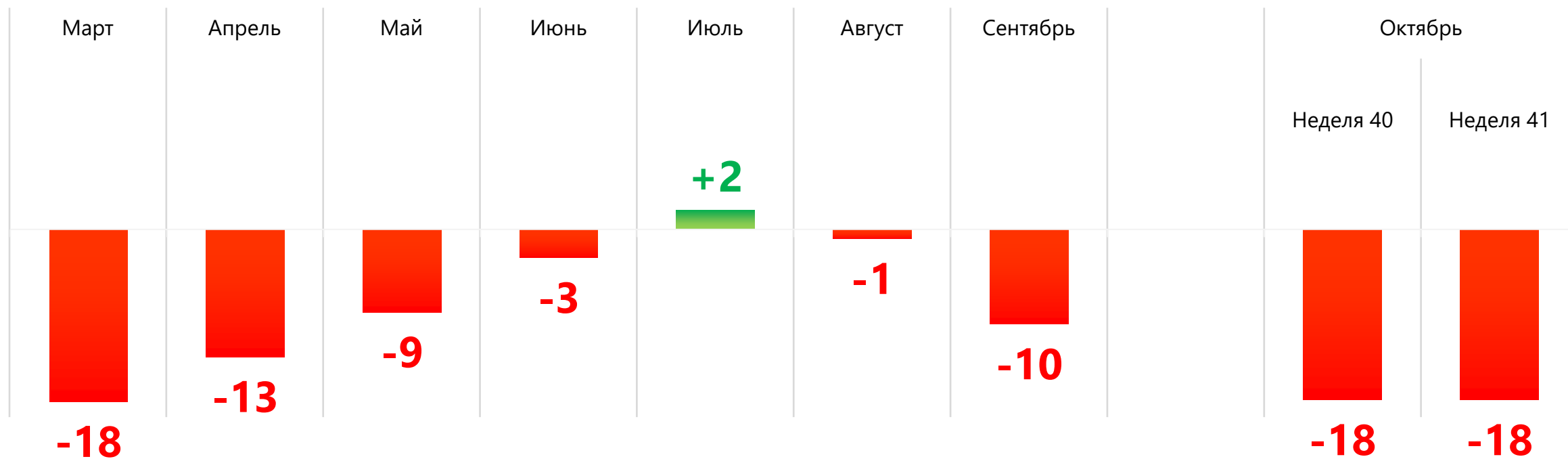
Отчет – по средам

Возможна доработка отчета под запрос (ЦА, географический срез)





ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ УВЕРЕННОСТЬ



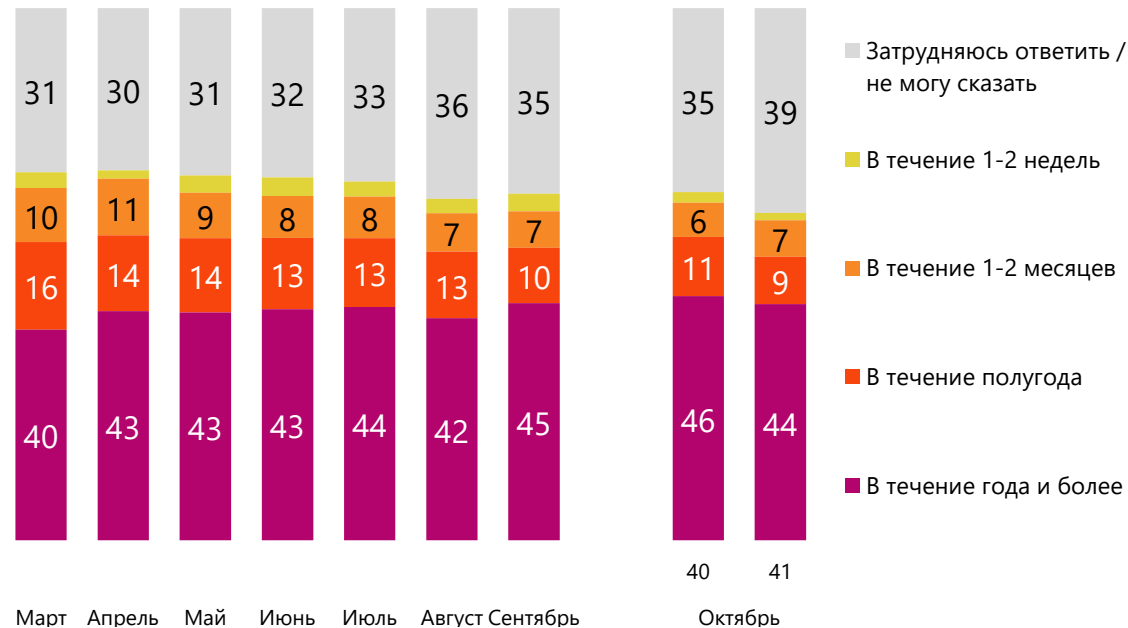
Источник: М-Пульс, 41 неделя (10 – 16 октября)



ОБЩЕЕ НАСТРОЕНИЕ И ПРОГНОЗ ПО СИТУАЦИИ

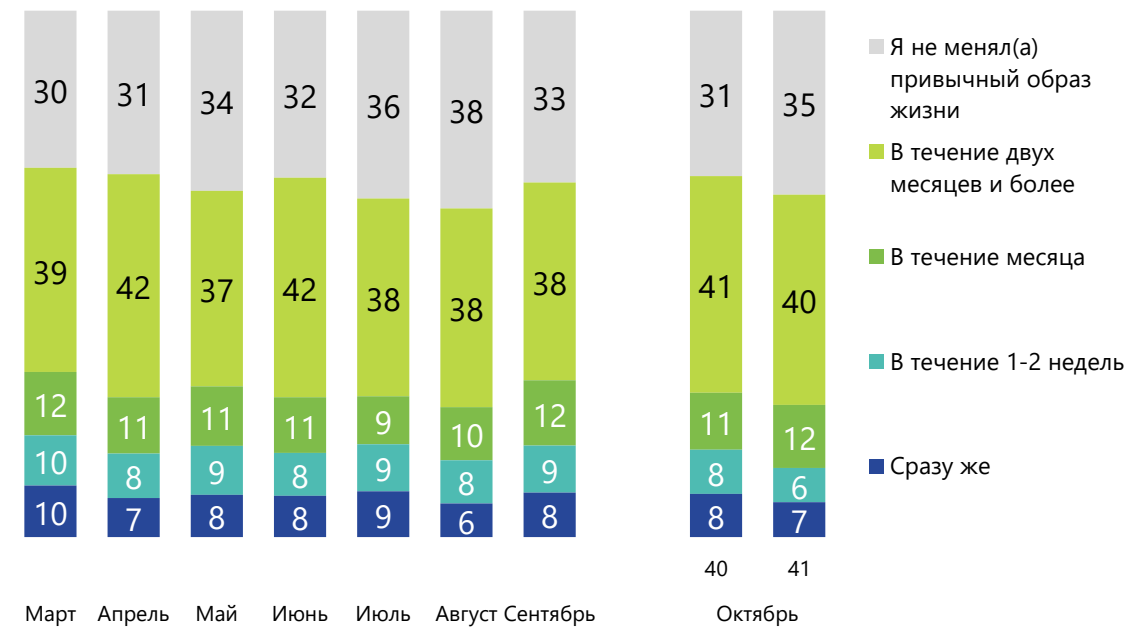
Временной прогноз в отношении
стабилизации ситуации

~ Год и более



Прогноз срока возвращения
в **привычный ритм жизни**

~ 2 месяца и более



Источник: М-Пульс, 41 неделя (10 – 16 октября)

Как Вам кажется, через какое время в России закончится волна экономических и политических трудностей и ситуация будет налаживаться, возвращаться к привычному ритму жизни? Как Вы считаете, как быстро Вы лично сможете вернуться в привычный ритм жизни после того, как ситуация стабилизируется?

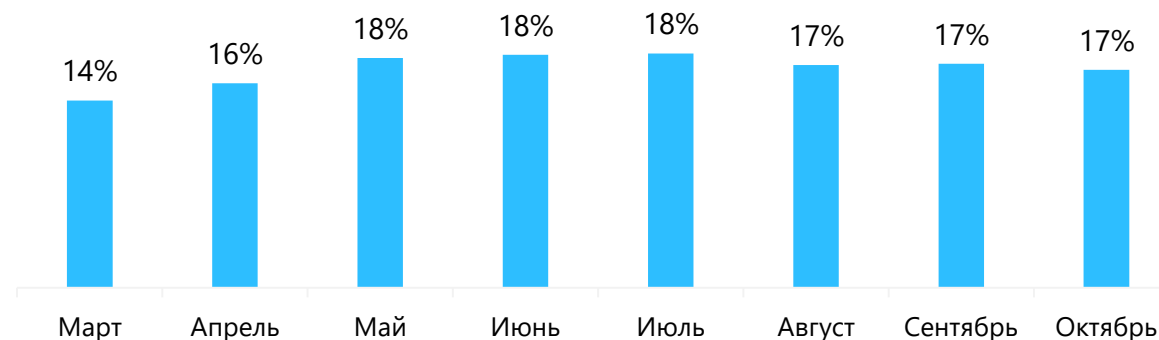


СПОСОБЫ БОРЬБЫ СО СТРЕССОМ

ТОП способов борьбы со стрессом

● Прогулки	50%
● Время с друзьями	43%
● Вкусная еда	27%
● Время с животными	26%
● Спец. лекарства	24%
Употребление алкоголя	19%
● Потребление Витаминов / БАДов	19%
● Правильное питание	17%
● Занятие спортом	16%
● Покупаю себе новые вещи	13%
● Посещение врача/психолога	11%

Употребление алкоголя

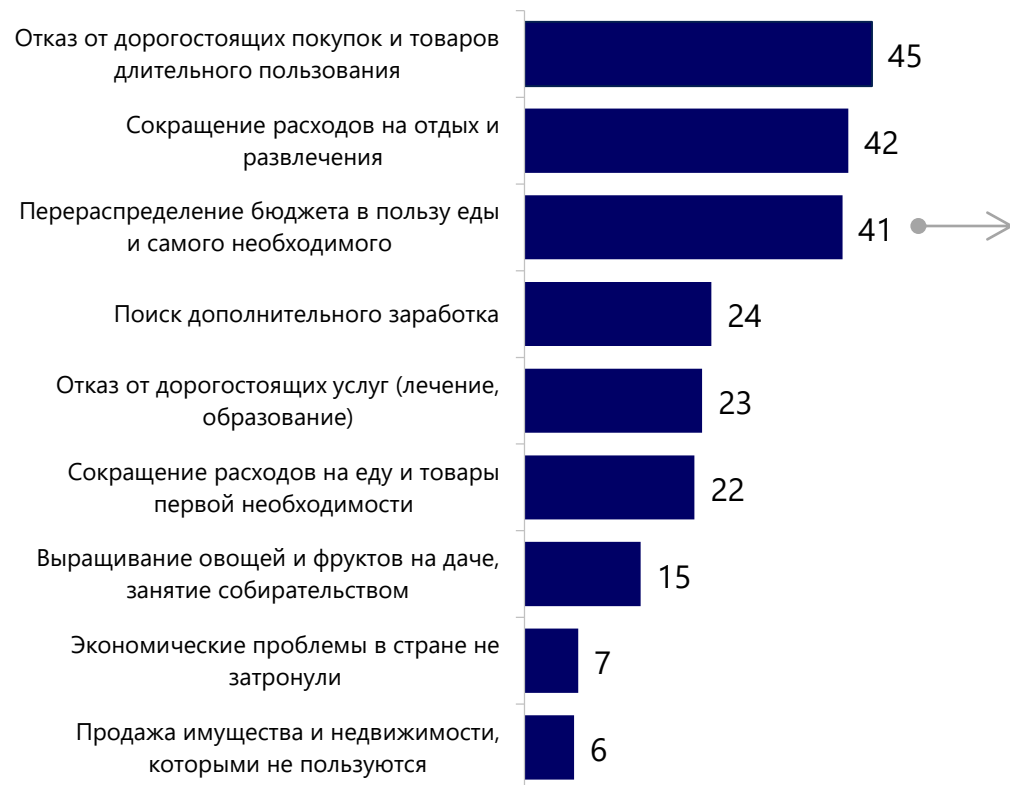


Источник: М-Пuls, 41 неделя (10 – 16 октября)
Какие меры борьбы со стрессом Вы используете?



ПРЕОДОЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРУДНОСТЕЙ

Паттерны поведения



Сценарии поведения при сокращении расходов на еду и товары первой необходимости



Источник: М-Пuls, 41 неделя (10 – 16 октября)

Скажите, пожалуйста, какие действия Вы предпринимаете или собираетесь предпринять, чтобы преодолеть эти экономические трудности?

Вы отметили, что планируете или уже сократили свои расходы на еду и товары первой необходимости. Уточните, пожалуйста, каким образом Вы планируете или сократили свои расходы?

ГОТОВНОСТЬ ОТКАЗА ОТ КАТЕГОРИЙ – РЕЙТИНГ



Среди покупателей категорий

Среди покупателей категорий

0 Изменений не произошло

+X Готовность отказа растёт

-X Готовность отказа снижается



Представьте, что у Вас есть необходимость перераспределить свои траты по различным категориям товаров и услуг. Расставьте приведенные ниже категории в порядке приоритета, где в начале будут идти категории, от которых Вы не готовы отказаться или откажетесь в последнюю очередь, и далее в порядке увеличения, до категорий, от которых готовы отказаться в первую очередь или отложить на неопределенный срок?



ПАТТЕРНЫ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ СРЕДИ ПОКУПАТЕЛЕЙ ВИНА

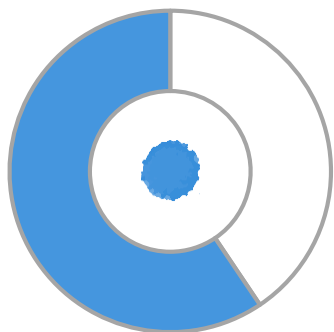
Инструмент	Опрос на базе Потребительской Панели Ромир
Период	Конец Июля 2022
География	УФО+СФО+ДВФО

СТРАТЕГИИ И СИТУАЦИИ ПОКУПКИ



Стратегии покупки

Обычно я специально покупаю вино для каждого отдельного случая
59%



У меня всегда дома есть вино
41%

Ситуации покупки

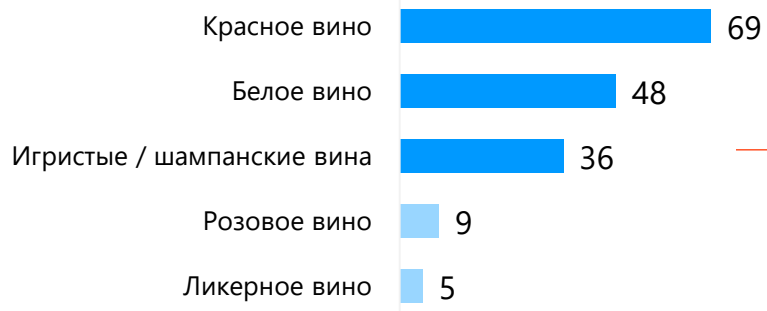
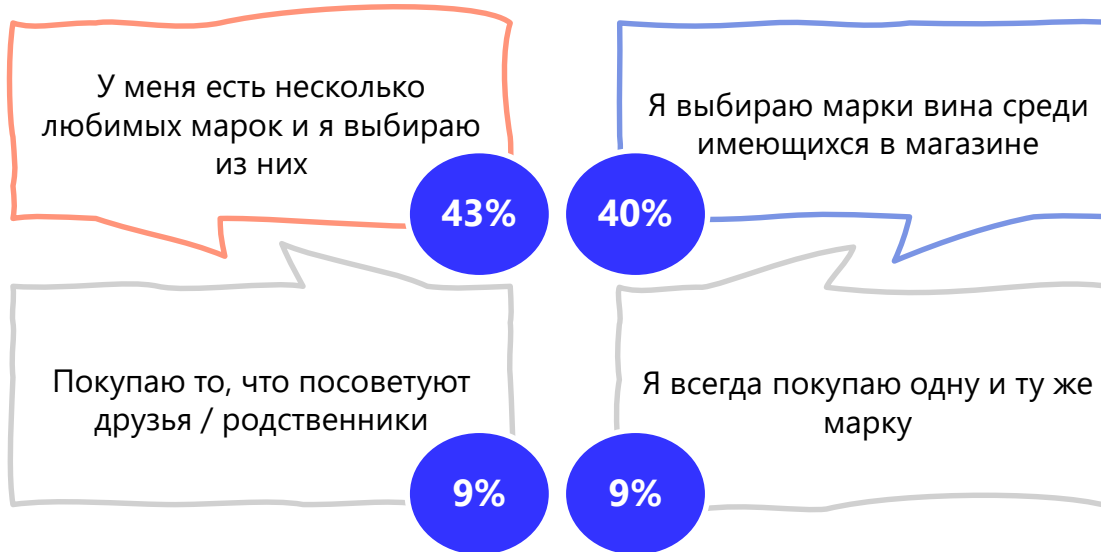
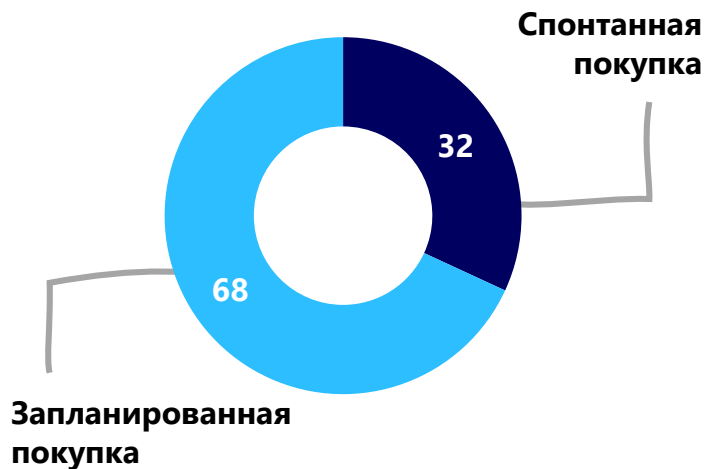
Чтобы отметить какое-то событие	54
Чтобы расслабиться, снять стресс, отвлечься от проблем	42
Чтобы насладиться вкусом	40
Вино – это атрибут праздника	35
Чтобы поднять настроение, развеселиться	22

Рейтинг видов алкоголя среди покупателей вина



S5. Какие алкогольные напитки Вы употребляете не реже 1 раза в месяц?
Q1. С каким из утверждений о покупке вина Вы в большей степени согласны?
Q13. Зачем Вы обычно покупаете вино?

ПЛАНИРОВАНИЕ ПОКУПКИ И ПРЕДПОЧИТАЕМЫЙ ТИП



- Q2. Скажите, пожалуйста, как Вы обычно покупаете вино?
- Q3. Каким образом Вы выбираете марку вина, которую потом покупаете?
- Q6. Скажите, пожалуйста, какие вина предпочитаете?
- Q7. А какой тип вина Вы предпочитаете?

ОТЕЧЕСТВЕННОЕ VS ЗАРУБЕЖНОЕ ВИНО



Причины выбора отечественного вина



Причины выбора зарубежного вина

66%

одинаково хорошо
относятся к
российским и к
импортным винам



A10. Какое из высказываний лучше всего характеризует Ваше отношение к вину?

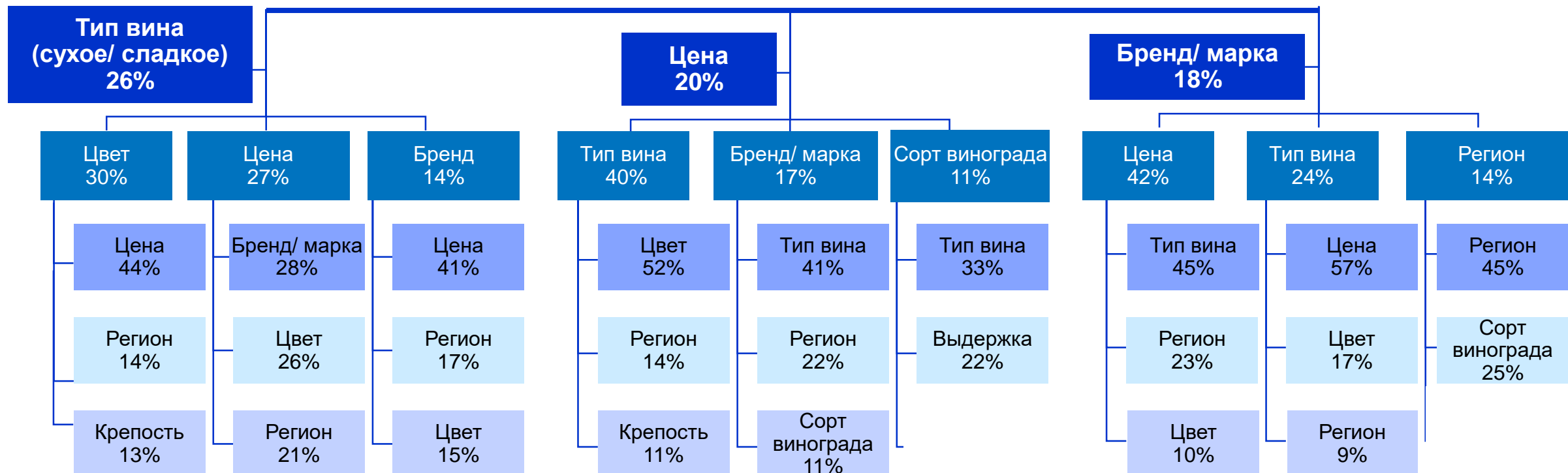
Q17. Почему Вы покупаете вино российского производства?

Q18. Почему Вы покупаете вино зарубежного производства?

ДЕРЕВО ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ



Дерево принятия решений



A1. Скажите, пожалуйста, когда Вы покупаете ВИНО, каким образом происходит Ваш выбор?



КАНАЛЫ ПОКУПКИ И СПЕЦИФИКА

Рейтинг каналов покупки

**Специализированные
алкогольные магазины** 62

Магазины у дома 51

Гипермаркеты 34

Супермаркеты 28

**Премиальные алкогольные
магазины** 4

**Магазины с продажей через
прилавок** 1

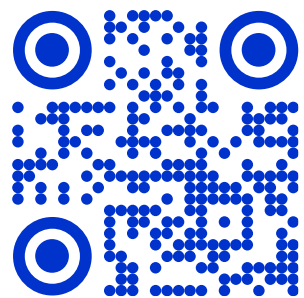


Драйверы выбора канала



Q107. Где Вы обычно покупаете вино?

Q108. Скажите пожалуйста, почему Вы покупаете вино там?



СПАСИБО!

Подписывайтесь
на наш Telegram-канал