

КОНТЕКСТ РЕШАЕТ ВСЕ

Актуальный подход к анализу рынка
в сложной современной реальности



ФИКСАЦИЯ ВЫБОРА БРЕНДА В КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ

ЗАВИСИТ ОТ КОНТЕКСТА

Потребители выбирают
и оценивают бренды,
ориентируясь на контекст

Ситуации выбираются
из недавнего опыта



ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

Это сами потребители (не мы)
определяют конкурентное
окружение

Люди выбирают бренды исходя
из конкретной ситуации

СИТУАЦИОННЫЙ БРЕНД ТРЕКИНГ

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ БРЕНДА В РАЗНЫХ СИТУАЦИЯХ



ОПРЕДЕЛЕН КОНТЕКСТОМ

Входная точка –
момент потребления

Глубокое понимание
капитала марки
в контексте опреде-
ленной ситуации



СВЯЗАН С КОНТЕКСТОМ

Входная точка - бренд
в привязке к ситуации

Оценка места бренда
через призму разных
ситуаций

ВХОДНАЯ ТОЧКА - СИТУАЦИЯ ДЛЯ КОГО И КОГДА

ПОДХОДИТ ДЛЯ:

НОВЫХ ТРЕКИНГОВ когда клиент хочет глубокое понимание нюансов момента потребления

КОГДА:

- Момент потребления оказывает большое влияние на поведение и играет большую роль в выборе бренда
- Категория широко определяется / размыта и бренды конкурируют в разных категориях и саб брендах

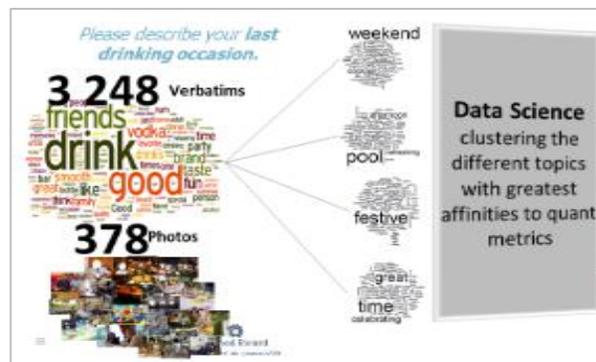


КЕЙС: ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАМКА

ФОКУС НА МОМЕНТЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ



ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ



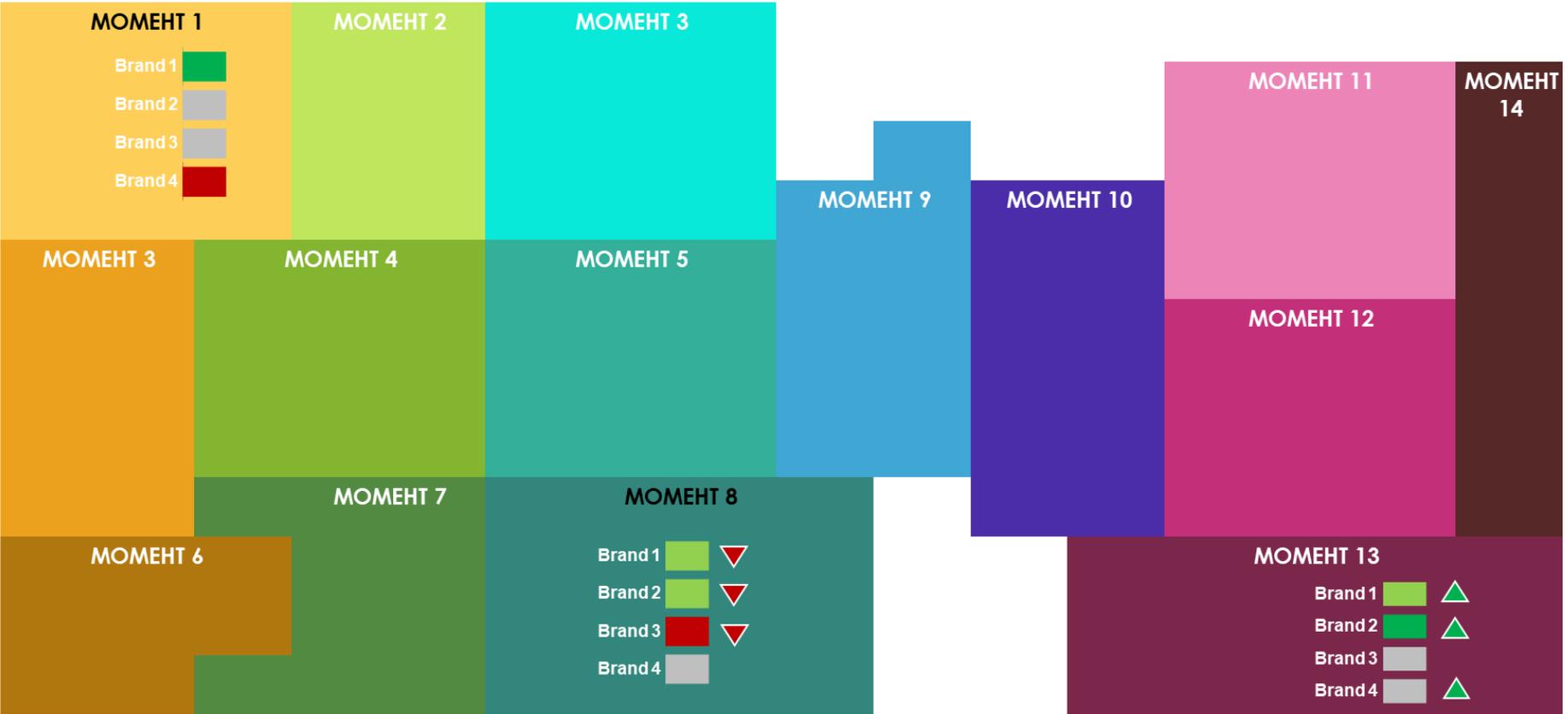
АНАЛИЗ СОЦ. СЕТЕЙ



КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ
ОПРОС



АНАЛИЗ
СОЦ. МЕДИА



«МОМЕНТ 8»

18,5% потребителей

Основные сегменты



Homelovers



Classic Conscious



Modern Regulars



Traditional Regulars

Рассмотрение категорий



Бренди



Водка



Виски



Ром



Ликеры



Текила



Джин



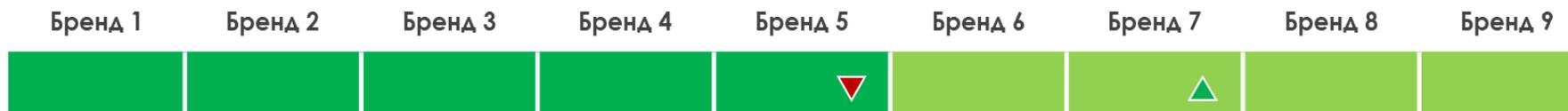
Коньяк



Драйверы выбора бренда



Рассмотрение брендов



АССОЦИАЦИИ С БРЕНДАМИ

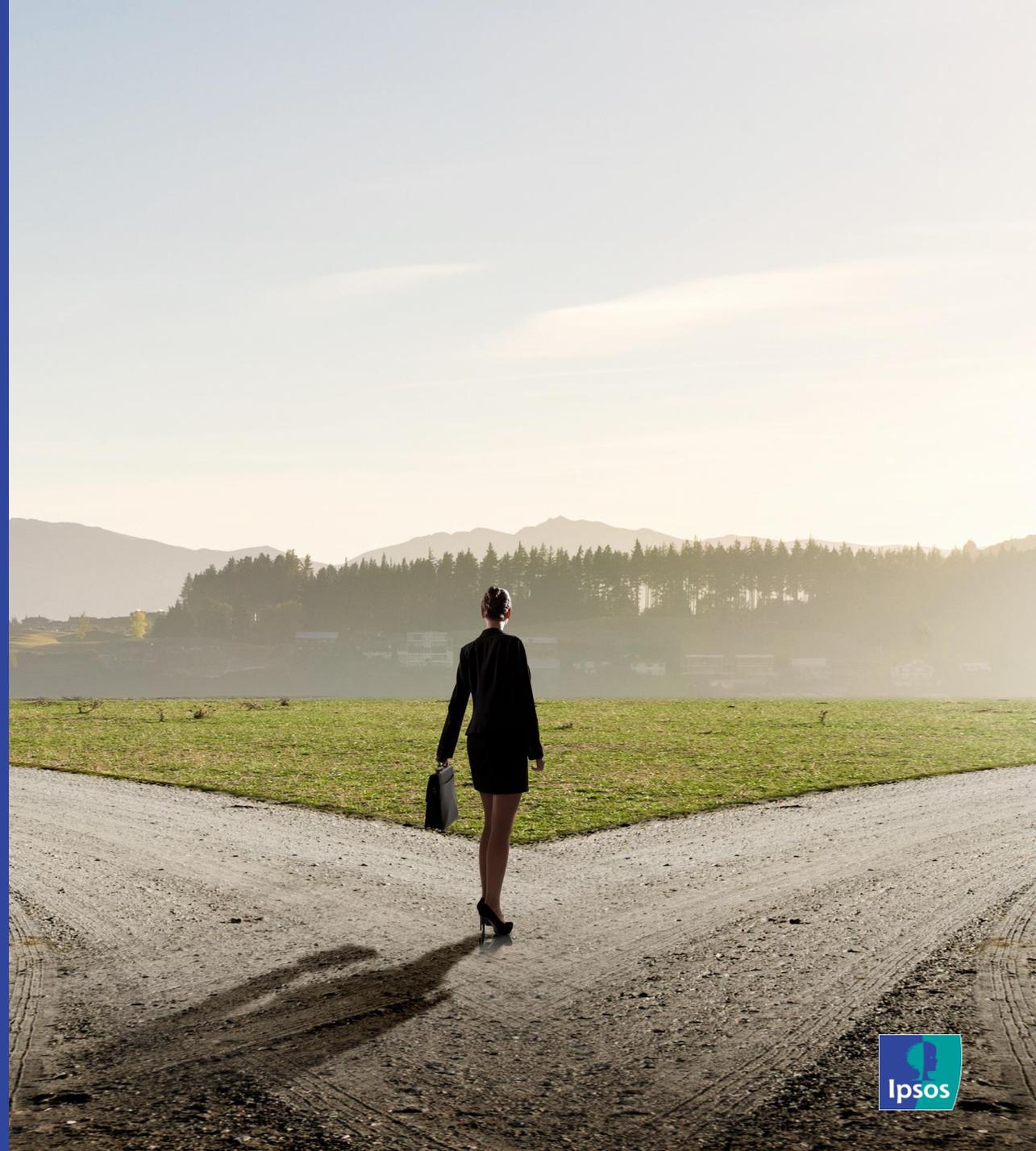
Основные факторы	Бренд 1	Бренд 2	Бренд 3	Бренд 4
Легко пьется	■	■	■	■
Путешествия	■	■	■	■
Отпуск	■	■	■	■
Встречи, компания	■	■	■	■
Сладкий вкус			■	■
Праздник	■	■	■	■
Классический	■	■	■	■
Друзья	■	■	■	■
Доступный	■	■	■	■
Особые события	■	■	■	■

ВЫВОДЫ

Новое SCU и поддержка основного бренда
дополнительным сообщением

Тактические действия для захода на новые
перспективные сегменты

План активаций и каналы взаимодействия
с точечными релевантными сообщениями
для потребителей в разных ситуациях
столкновения с категорией



#IpsosBeSure

www.ipsos.ru

trends.ipsos.ru

sustainability.ipsos.ru



Ipsos в России



Ipsos in Russia



Ipsos in Russia