



Premier: исследование обеспеченных потребителей

Содержание исследования

© 2017. Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

НЕДВИЖИМОСТЬ

ПОЕЗДКИ, ТУРИЗМ

АВТОМОБИЛИ

БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ

СТРАХОВАНИЕ

ПЛАТЕЖНЫЕ ТЕРМИНАЛЫ

ЭПС (ЭЛЕКТРОННЫЕ КОШЕЛЬКИ)

ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

АЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ

ТАБАК

ОДЕЖДА LUXURY БРЕНДОВ

МЕХОВАЯ И КОЖАНАЯ ОДЕЖДА

КОСМЕТИКА, ПАРФЮМЕРИЯ

ЭЛЕКТРОНИКА И ЦИФРОВАЯ ТЕХНИКА

ОПЕРАТОРЫ СОТОВОЙ СВЯЗИ

ПОСУДОМОЕЧНАЯ МАШИНА

СУПЕРМАРКЕТЫ, УНИВЕРСАМЫ

ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

СЕТИ МАГАЗИНОВ

ОПИСАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

ДЕМОГРАФИЯ

СТИЛЬ ЖИЗНИ

МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

НЕДВИЖИМОСТЬ

- ПЛАНИРУЮТ ЛИ ПРИОБРЕТАТЬ ЖИЛЬЕ
- ЧТО ПЛАНИРУЮТ ПРИОБРЕТАТЬ
- ГДЕ ПЛАНИРУЮТ ПРИОБРЕТАТЬ ЖИЛЬЕ
- ПЛАНИРУЕМЫЙ РАЗМЕР ЖИЛПЛОЩАДИ
- ВЫДЕЛЯЕМЫЙ БЮДЖЕТ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ ЖИЛЬЯ
- ФАКТОРЫ ВЫБОРА КВАРТИРЫ
- ФАКТОРЫ ВЫБОРА КОМПАНИИ-ЗАСТРОЙЩИКА
- КОМПАНИИ НЕДВИЖИМОСТИ, СТРОИТЕЛЬНЫЕ КОМПАНИИ В МОСКВЕ
 - Знание (с подсказкой)
 - Услугами каких компаний пользовались
 - Услугами каких компаний планируют воспользоваться
 - Имидж компаний

ПОЕЗДКИ, ТУРИЗМ

- ДОЛЯ ВЫЕЗЖАЮЩИХ ЗА ПРЕДЕЛЫ РОССИИ И СНГ ЗА 12 МЕС.
- В КАКИХ СТРАНАХ БЫЛИ ВО ВРЕМЯ ПОСЛЕДНЕЙ ПОЕЗДКИ
- ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ЛИ УСЛУГАМИ ОТЕЛЕЙ (ГОСТИНИЦ)
- ЗАТРАТЫ НА ПОЕЗДКУ (НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА)
- ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ЛИ УСЛУГАМИ ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНТСТВ
- АВИАПЕРЕЛЕТЫ
 - Летали ли на самолетах за 12 мес.
 - Частота полетов за 12 мес.
 - Авиаперелет бизнес-классом за 12 мес.
 - Какими авиакомпаниями летали за 12 мес.
 - Затраты на перелет (в одну сторону)
- АЭРОПОРТЫ
 - Доля посетителей аэропортов за 6 мес./мес./нед.
 - Какие аэропорты посещали за 12 мес.
 - Какие виды рекламы видели в аэропортах за нед.

АВТОМОБИЛИ

- НАЛИЧИЕ АВТОМОБИЛЯ В СЕМЬЕ
- ВОДЯТ ЛИ ЛИЧНО
- ВРЕМЯ ПОКУПКИ ПОСЛЕДНЕГО АВТОМОБИЛЯ
- НОВЫМ / ПОДЕРЖАННЫМ КУПЛЕН ПОСЛЕДНИЙ АВТОМОБИЛЬ
- ЗА СЧЕТ КАКИХ СРЕДСТВ КУПЛЕН ПОСЛЕДНИЙ АВТОМОБИЛЬ
- ГОД ВЫПУСКА ПОСЛЕДНЕГО АВТОМОБИЛЯ
- ОБЪЕМ ДВИГАТЕЛЯ ПОСЛЕДНЕГО АВТОМОБИЛЯ
- ТИП ДВИГАТЕЛЯ ПОСЛЕДНЕГО АВТОМОБИЛЯ
- КОРОБКА ПЕРЕДАЧ ПОСЛЕДНЕГО АВТОМОБИЛЯ
- ТИП ПОСЛЕДНЕГО КУПЛЕННОГО АВТОМОБИЛЯ
- МАРКА ПОСЛЕДНЕГО КУПЛЕННОГО АВТОМОБИЛЯ
- МОДЕЛЬ ПОСЛЕДНЕГО КУПЛЕННОГО АВТОМОБИЛЯ
- МАРКА ШИН (УСТАНОВЛЕНЫ НА АВТОМОБИЛЕ)
- МАРКИ МОТОРНЫХ МАСЕЛ (ПОЛЬЗУЮТСЯ)
- ПЛАНИРОВАНИЕ ПОКУПКИ АВТОМОБИЛЯ В БЛИЖАЙШИЕ 12 МЕС.
 - Планируют приобрести новый автомобиль за 12 мес.
 - Когда планируют купить автомобиль
 - Автомобиль какой марки планируют приобрести
 - Автомобиль какой модели планируют приобрести
 - Планируемые затраты

БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ

- УЧЕТ СЕМЕЙНЫХ РАСХОДОВ, ДОХОДОВ
- ВКЛАДЫ
 - Наличие вклада
 - Количество вкладов
 - Срок последнего вклада
 - Размер последнего вклада
 - Валюта последнего вклада
 - Возможность пополнения последнего вклада
 - Возможность снятия средств с сохранением начисленных процентов
 - Предусмотрена ли последним вкладом капитализация %
 - Схема выплаты % по последнему вкладу
 - Цель открытия вклада
 - Доля планирующих открыть вклад в ближайшие 12 мес.

- **КРЕДИТЫ**
 - Наличие кредита
 - Количество кредитов
 - Типы оформленных кредитов
 - Срок последнего кредита
 - Размер последнего кредита
 - Наличие ипотечного кредита
 - Какое жилье приобрели за счет ипотечного кредита
 - Срок ипотечного кредита
 - Размер первоначального взноса по ипотечному кредиту
 - Доля планирующих кредит в ближайшие 12 мес.
 - Какой вид кредита планируют взять в ближайшие 12 мес.

- **БАНКОВСКИЕ КАРТЫ**
 - Наличие банковских карт
 - Количество действующих карт
 - Виды банковских карт (платежная система, типы и классы карт)
 - Наличие ко-брендовой карты и ее вид
 - Способ приобретения последней банковской карты
 - Частота пользования банковскими картами
 - Виды операций с банковскими картами за 3 мес.
 - Доля пользователей банкоматом за нед.

- **БАНКИ**
 - Знание (с подсказкой)
 - В каких банках открыт вклад
 - Предложения каких банков будут рассматривать в первую очередь при открытии вклада
 - В каких банках брали кредит (за 12 мес.)
 - Предложения каких банков будут рассматривать в первую очередь при планировании кредита
 - Факторы выбора банка (в целом)

- **ИНТЕРНЕТ-БАНК, МОБИЛЬНЫЙ БАНК, SMS-БАНК**
 - Доля пользователей интернет-банком, мобильным банком, sms-банком
 - Виды операций, которые осуществляли с использованием интернет-банка, мобильного банка, sms-банка за 3 мес.

- **КАКИМИ ПРИВИЛЕГИРОВАННЫМИ БАНКОВСКИМИ УСЛУГАМИ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ЗА 12 МЕС.**

СТРАХОВАНИЕ

- **ОФОРМЛЕНЫ ЛИ ПОЛИСЫ (КРОМЕ ОМС)**
- **ТИПЫ ПОЛИСОВ**
- **ПРИЧИНЫ СТРАХОВАНИЯ (КРОМЕ ОСАГО И ОМС)**
- **СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ**
 - Знание (с подсказкой)
 - Услугами каких страховых компаний пользуются в настоящее время

ПЛАТЕЖНЫЕ ТЕРМИНАЛЫ

- **КАКИЕ ПЛАТЕЖНЫЕ ТЕРМИНАЛЫ ЗНАЮТ (знание с подсказкой)**
- **КАКИМИ ПЛАТЕЖНЫМИ ТЕРМИНАЛАМИ ПОЛЬЗУЮТСЯ ЗА 3 МЕС./МЕС./НЕД.**
- **ОПЛАТА УСЛУГ ЧЕРЕЗ ПЛАТЕЖНЫЕ ТЕРМИНАЛЫ ЗА МЕС.**
- **ФАКТОРЫ ВЫБОРА ПЛАТЕЖНОГО ТЕРМИНАЛА**
- **ПРИЧИНЫ НЕИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛАТЕЖНЫХ ТЕРМИНАЛОВ**

ЭПС (ЭЛЕКТРОННЫЕ КОШЕЛЬКИ)

- **КАКИЕ ЭПС ЗНАЮТ (знание с подсказкой)**
- **КАКИМИ ЭПС ПОЛЬЗУЮТСЯ ЗА 3 МЕС.**
- **ОПЛАТА УСЛУГ С ПОМОЩЬЮ ЭПС ЗА 3 МЕС.**
- **ФАКТОРЫ ВЫБОРА ЭПС**
- **ПРИЧИНЫ НЕИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭПС**

ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

- **ДОЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ЗА 12 МЕС.**
- **ТИП КУПЛЕННОГО ЮВЕЛИРНОГО ИЗДЕЛИЯ ЗА 12 МЕС.**
- **МЕСТА ПОКУПКИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ**
- **СЕТИ ЮВЕЛИРНЫХ МАГАЗИНОВ**
 - Знание (с подсказкой)
 - Доля посетителей за 12 мес.
 - Доля покупателей за 12 мес.
- **ЗАРУБЕЖНЫЕ / РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ**
 - Знание (с подсказкой)

- Продукцию каких производителей покупали за 12 мес.

АЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ

- **ФРАНЦУЗСКИЙ КОНЬЯК**
- **БРЕНДИ, КОНЬЯК НЕФРАНЦУЗСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ**
- **ВОДКА**
- **ВИСКИ**
- **ТЕКИЛА**
- **РОМ**
- **ВЕРМУТ**
- **ДЖИН**
- **ЛИКЕР**
- **ШАМΠΑНСКОЕ, ИГРИСТЫЕ ВИНА**
- **ВИНО**

ДАННЫЕ ПО КАЖДОЙ КАТЕГОРИИ:

- Доля потребителей категории за 6 мес.
 - Частота потребления категории
 - Марки (знают, пили за 6 мес., пьют чаще всего)
 - Места потребления
 - Как потребляют напиток
 - Доля покупателей категории за 6 мес.
 - Затраты на 1 бут.
 - Места покупки алкогольных напитков (в целом) за 6 мес.
- **ПОКУПКА АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ В ПОДАРОК**
 - Доля покупателей алкоголя в подарок за 12 мес.
 - Частота покупок
 - Кому покупали
 - По какому поводу покупали
 - Как был упакован алкоголь
 - Какие алкогольные напитки / бренды покупали в подарок за 12 мес.
 - **СТИЛЕВЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ НА ТЕМУ 'АЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ'**

ТАБАК

- **ДОЛЯ КУРИЛЬЩИКОВ (КУРЯТ ХОТЯ БЫ ИНОГДА)**
- **МАРКИ СИГАРЕТ**
 - Знание (с подсказкой)
 - Сигареты каких марок курили за 6 мес.

ОДЕЖДА LUXURY БРЕНДОВ

- **ДОЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ LUXURY БРЕНДОВ ЗА 12 МЕС.**
- **LUXURY БРЕНДЫ ОДЕЖДЫ**
 - Знание
 - Доля покупателей за 12 мес.
- **МЕСТА ПОКУПКИ ОДЕЖДЫ LUXURY БРЕНДОВ ЗА 12 МЕС.**

МЕХОВАЯ И КОЖАНАЯ ОДЕЖДА

- **НАЛИЧИЕ ШУБЫ, ДУБЛЕНКИ**
- **ДОЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ ПО ВИДАМ ЗА 12 МЕС.**
- **ДОЛЯ ПЛАНИРУЮЩИХ КУПИТЬ ШУБУ, ДУБЛЕНКУ В ТЕЧЕНИЕ 12 МЕС.**

КОСМЕТИКА, ПАРФЮМЕРИЯ

- **СРЕДСТВА ПО УХОДУ ЗА КОЖЕЙ**
 - **ДЕКОРАТИВНАЯ КОСМЕТИКА**
 - **ЖЕНСКАЯ ПАРФЮМЕРИЯ**
 - **МУЖСКАЯ ПАРФЮМЕРИЯ**
- ДАННЫЕ ПО КАЖДОЙ КАТЕГОРИИ:
- Доля пользователей категорией
 - Косметику, парфюмерию каких марок используют

ЭЛЕКТРОНИКА И ЦИФРОВАЯ ТЕХНИКА

- **МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕФОНЫ, СМАРТФОНЫ**
 - Наличие мобильного телефона, смартфона
 - Кол-во подключенных мобильных телефонов, смартфонов
 - Тип последнего купленного телефона
 - Марки (знание с подсказкой, марка последнего купленного телефона)
 - Когда приобретен последний мобильный телефон, смартфон

- Стоимость последнего телефона
- **ПЛАНШЕТЫ**
 - Наличие планшета
 - Марка планшета
- **ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ МЕСТА ПОКУПКИ ЭЛЕКТРОНИКИ И ЦИФРОВОЙ ТЕХНИКИ**

ОПЕРАТОРЫ СОТОВОЙ СВЯЗИ

- **УСЛУГАМИ КАКИХ ОПЕРАТОРОВ ПОЛЬЗУЮТСЯ**
- **ЗАТРАТЫ НА СОТОВУЮ СВЯЗЬ**
- **ПОЛУЧАЛИ ЛИ РЕКЛАМНЫЕ СМС НА МОБИЛЬНЫЙ ТЕЛЕФОН ЗА НЕД.**

ПОСУДОМОЕЧНАЯ МАШИНА

- **НАЛИЧИЕ ПОСУДОМОЕЧНОЙ МАШИНЫ В СЕМЬЕ**
- **ДОЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СРЕДСТВАМИ ДЛЯ ПОСУДОМОЕЧНЫХ МАШИН**
- **МАРКИ СРЕДСТВ ДЛЯ ПОСУДОМОЕЧНЫХ МАШИН**
 - Знание (с подсказкой)
 - Средствами каких марок пользуются

СУПЕРМАРКЕТЫ, УНИВЕРСАМЫ

- **АУДИТОРИЯ СУПЕРМАРКЕТОВ, УНИВЕРСАМОВ ЗА 6 МЕС./МЕС./НЕД.**
- **ЧАСТОТА ПОСЕЩЕНИЯ СУПЕРМАРКЕТОВ, УНИВЕРСАМОВ**
- **СЕТИ СУПЕРМАРКЕТОВ, УНИВЕРСАМОВ**
 - Знание (с подсказкой)
 - Доля покупателей за месяц
 - Количество покупок за месяц
 - Сумма трат за последнее посещение
 - Доля лояльных покупателей (покупают чаще всего)
- **КАКИЕ ВИДЫ РЕКЛАМЫ ВИДЕЛИ В СУПЕРМАРКЕТАХ ЗА НЕД.**

ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

- **АУДИТОРИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ ЗА 6 МЕС./МЕС./НЕД.**
- **ЧАСТОТА ПОСЕЩЕНИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ**
- **ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ В МОСКВЕ**

- Знание (с подсказкой)
- Доля покупателей за 3 месяца
- **КАКИЕ ВИДЫ РЕКЛАМЫ ВИДЕЛИ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ ЗА НЕД.**

СЕТИ МАГАЗИНОВ

- **СЕТИ МАГАЗИНОВ ЭЛЕКТРОНИКИ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ**
 - Знание (с подсказкой)
 - Доля покупателей за 12 месяцев
- **СЕТИ МАГАЗИНОВ ТОВАРОВ ДЛЯ СПОРТА**
 - Знание (с подсказкой)
 - Доля покупателей за 12 месяцев
- **СЕТИ МАГАЗИНОВ ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ**
 - Знание (с подсказкой)
 - Доля покупателей за 12 месяцев

ОПИСАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

ДЕМОГРАФИЯ

- **ПОЛ, ВОЗРАСТ, ОБРАЗОВАНИЕ**
- **СЕМЬЯ**
 - Семейное положение
 - Срок совместной жизни
 - Наличие детей
 - Возраст детей
 - Число человек в семье
- **РАБОТА**
 - Статус занятости
 - Вид бизнеса
 - Должность
 - Отраслевая принадлежность организации
 - Совмещение работы с учебой
 - Статус неработающих
- **ДОХОД**
 - Доход на члена семьи
 - Личный доход

- **ЖИЛИЩНЫЕ УСЛОВИЯ**
 - Тип жилья
 - Округ Москвы, где живут (для москвичей)
 - Число жилых комнат
 - Наличие дополнительного жилья
 - Тип дополнительного жилья

СТИЛЬ ЖИЗНИ

- **ПОСЕЩЕНИЕ МЕСТ**
 - Доля посетителей и частота посещений кафе и ресторанов
 - Доля посетителей и частота посещений кинотеатров, театров, музеев
 - Доля посетителей и частота посещений спортивных мест
 - Частота посещений других мест
 - Какие виды рекламы видели
- **ПОСЕЩЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ**
- **МУЗЫКАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ**
- **ПОЛЬЗОВАНИЕ ТРАНСПОРТОМ (НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ)**
- **ЦЕЛИ НА БЛИЖАЙШИЙ ГОД**
- **СТИЛЕВЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ**
- **ПСИХОГРАФИЧЕСКОЕ ШКАЛИРОВАНИЕ**
 - Оси характера
 - Оси мировоззрения
 - Оси покупательского поведения

МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ

- **ТВ**
 - ТВ аудитория
 - Частота просмотра
 - Длительность просмотра
 - Устройства просмотра
 - Жанровые предпочтения
 - Аудитория центральных каналов
 - Аудитория спутникового, кабельного ТВ
 - Аудитория спутниковых, кабельных каналов
- **ПРЕССА**
 - Аудитория газет, журналов
 - Частота чтения газет, журналов

- Время на чтение газет, журналов
- Способ чтения прессы
- Тематика публикаций в прессе
- Аудитория печатных изданий

- **РАДИО**
 - Аудитория радио
 - Частота слушания
 - Длительность слушания
 - Места прослушивания радио
 - Способ прослушивания
 - Тематика радиопередач
 - Типы музыкальных передач
 - Аудитория радиостанций

- **ИНТЕРНЕТ**
 - Частота пользования
 - Длительность пользования
 - Места пользования
 - Устройства выхода за 3 мес.
 - Доля пользователей и частота использования Интернет-сервисов
 - Тематика информации в Интернете
 - Онлайн-покупки (доля онлайн-покупателей, частота покупки, что покупали, затраты за 3 мес.)
 - Доля посетителей и частота посещения порталов и сайтов