

## **Dla kogo raport?**

- Producenci
- Sieci sprzedażowe
- Dystrybutorzy
- Pozostali inwestorzy

## **Dlaczego warto kupić raport?**

- Lepsze decyzje biznesowe
- Niezależna i aktualna wiedza w zakresie zachowań zakupowych klientów
- Szybkie reagowanie na zachodzące zmiany na rynku
- Efektywne planowanie produkcji z uwzględnieniem preferencji konsumentów
- Niwelowanie strat
- Dane pochodzą z badania telefonicznego z reprezentatywnej próby 1200 gospodarstw
- Atrakcyjna cena

## **Zawartość raportu**

Spis treści

Metodologia badawcza

Najważniejsze wnioski

Zakupy produktu w Polsce:

- rozkład ogólny
- rozkład według województw
- rozkład według wielkości gospodarstwa domowego

- rozkład według łącznych dochodów gospodarstwa domowego

Powody zakupów produktu

Miejsca zakupów produktu

Udział marek produktowej

- najczęściej kupowane marki
- marki o udziale rynkowym powyżej 0,6%
- marki o udziale rynkowym poniżej 0,6%

TOP 5 marek produktów w Polsce:

- rozkład według grupy wiekowej respondentów
- rozkład według wielkości gospodarstwa domowego
- rozkład według łącznych dochodów gospodarstwa domowego

Wskaźnik Net Promoter Score® dla marek o udziale powyżej 0,8%

Wskaźnik rekomendacji marki NPS® dla liderów marek produktowych

Metryka

### **Metodologia badawcza**

Źródła: niezależne badanie rozwojowe CeBRiS

Data realizacji: marzec/ kwiecień 2017

Technika zbierania danych: wywiad CATI

Próba N-1200 wywiadów z mieszkańcami Polski w wieku 18-72 lat

Rozkład próby: proporcjonalny do udziału ludności w województwach w Polsce

Uwagi\*

Jeden respondent odpowiada jednemu gospodarstwu domowemu

Net Promoter Score® (NPS) – wskaźnik rekomendacji marki:

- Wskaźnik uwzględniający promotorów danej marki
- Może przyjmować wartości od -100 do 100
- Mówi o tempie rozwoju marki – jak dana marka rekomendują konsumenci

Rozkład próby względem:

- Łącznego dochodu netto gospodarstwa domowego
- Wielkości gospodarstwa domowego
- Województwa zamieszkania
- Wieku i płci