Ipsos Comcon

Влияние рекламы на потребителей в кризис

ТРЕТЬЯКОВА ОЛЬГА

Специалист по маркетингу Ipsos Comcon

VI ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ЭФФЕКТИВНАЯ INDOOR-РЕКЛАМА: АНТИКРИЗИСНОЕ РЕШЕНИЕ»

© 2016 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

GAME CHANGERS

Ipsos

Ipsos Connect

Ipsos Comcon

РОСИНДЕКС

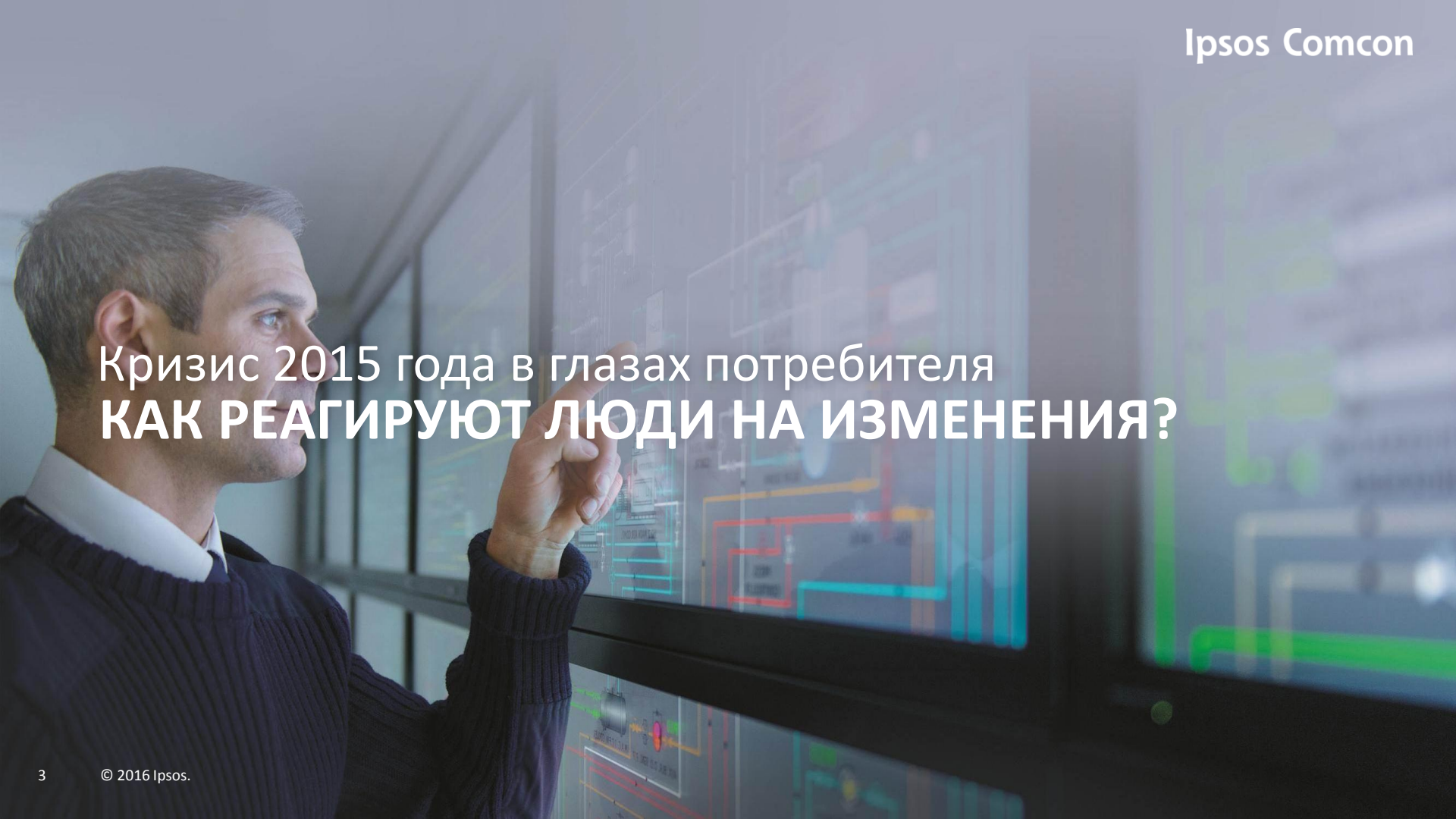
Крупнейшее всероссийское исследование потребителей товаров и услуг. Проводится ежеквартально, начиная с 1995 г.

- **400** категорий
- **3000** брендов
- **300** стилевых высказываний

Target group	Россияне в возрасте 10 – 75 лет
Geography	50 городов России с населением от 100 тыс. чел.
Sample	25 700 респондентов (13 700 домохозяйств) в год

© 2016 Ipsos.

Ipsos Comcon



Кризис 2015 года в глазах потребителя
КАК РЕАГИРУЮТ ЛЮДИ НА ИЗМЕНЕНИЯ?

© 2016 Ipsos.

Ipsos Comcon

Как кризис затронул лично вас?

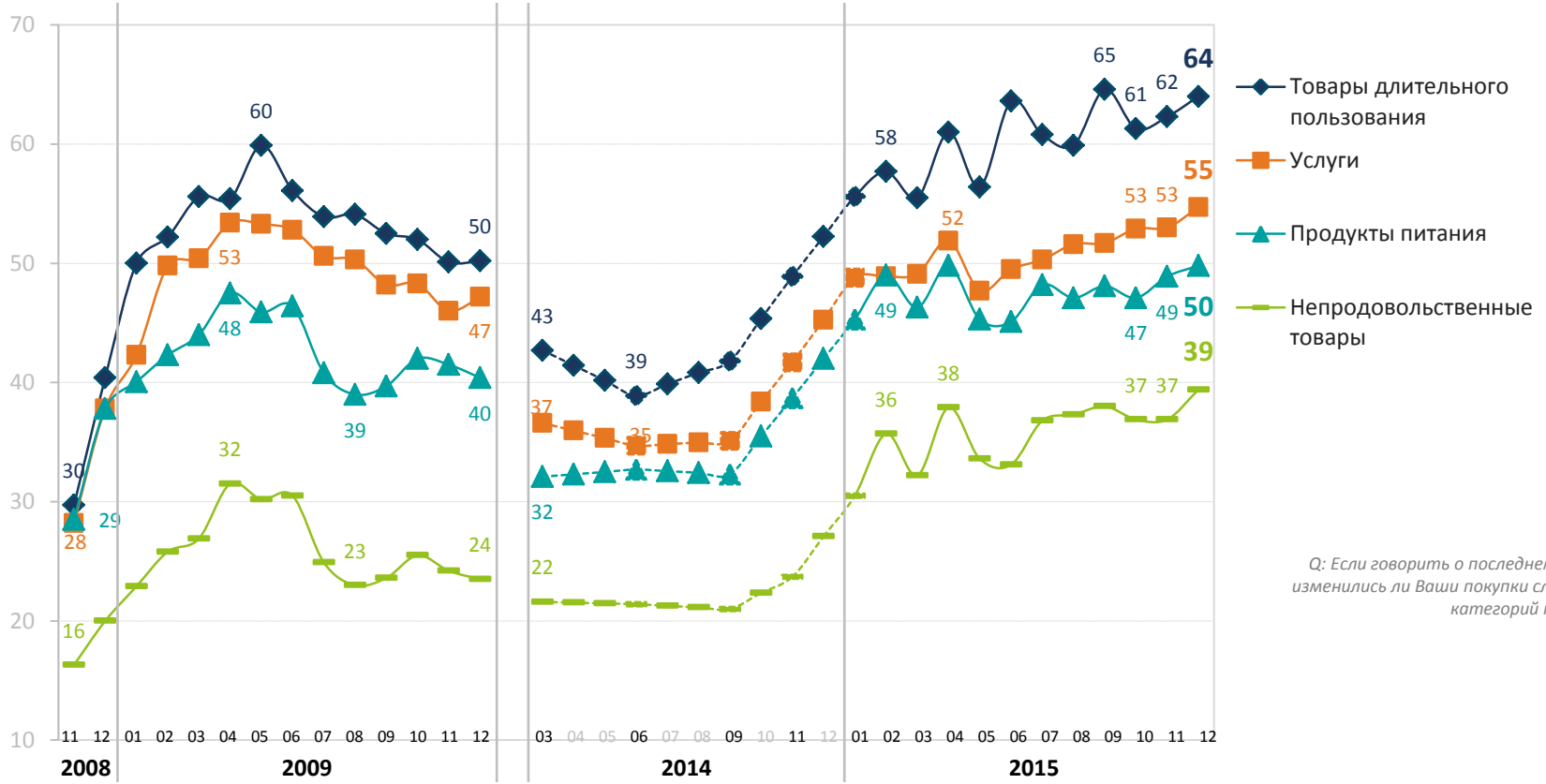
Источник:
Ipsos Comcon. РосИндекс, IV квартал 2015, россияне 16+, города 100 тыс+

© 2016 Ipsos.

GAME CHANGERS

Экономия или рациональное поведение?

Ipsos Comcon



Q: Если говорить о последнем месяце, изменились ли Ваши покупки следующих категорий товаров?

Источник: Кризисное исследование, 2008-2015
База: все респонденты (~ 1 000 человек на волну)

© 2016 Ipsos.

GAME CHANGERS

Ipsos

Покупатель тщательнее продумывает процесс покупки, ищет акции и скидки

Ipsos Comcon

«Я стала регулярно мониторить акции сетевых супермаркетов на сайте skidkaonline.ru, стараюсь планировать разъезды и прогулки таким образом, чтобы зайти и прикупить нужное по случаю»

«Я завела скидочные карты всех крупных сетей, а косметику покупаю только на клиентских днях при условии подарков с покупкой и прочих бонусов»

Источник: Ipsos Comcon. РосИндекс, 2010-2015 гг.
База: Россияне 16+

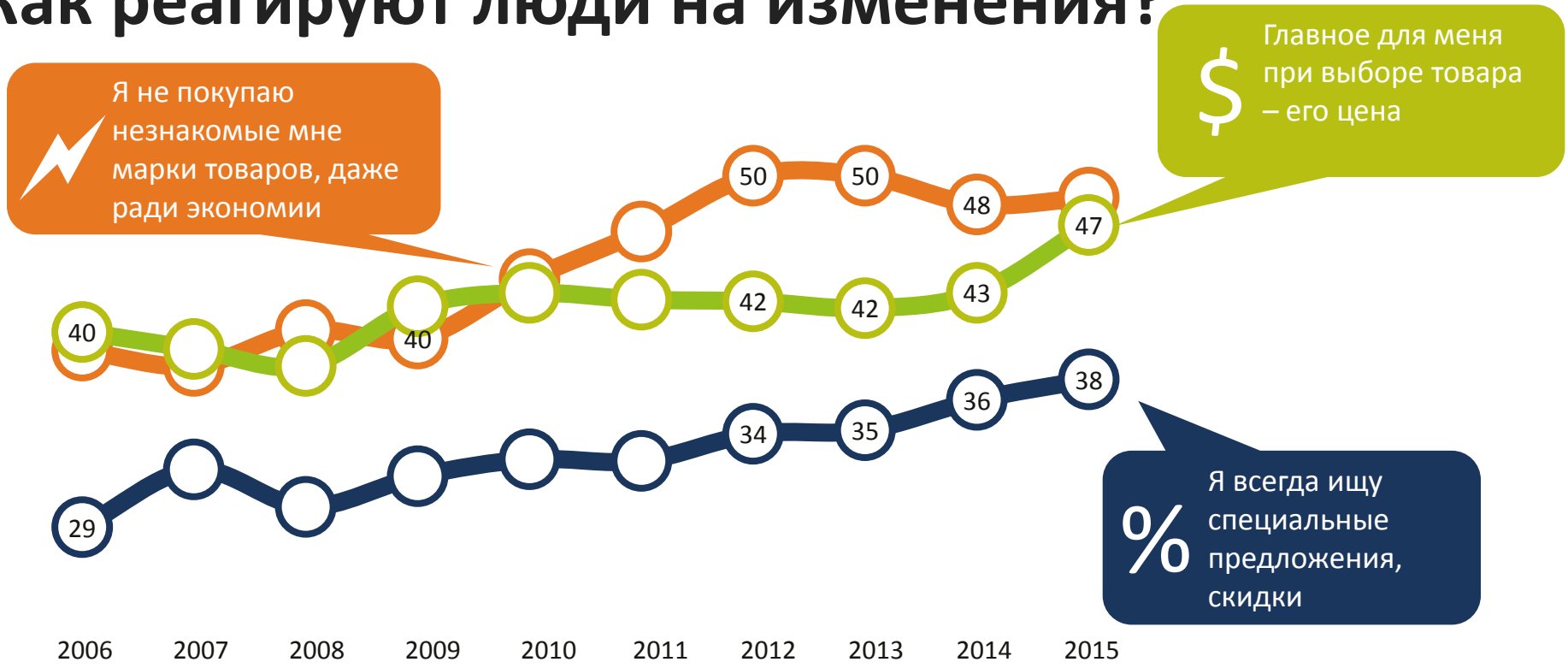
© 2016 Ipsos.

GAME CHANGERS

Ipsos

Ipsos Comcon

Как реагируют люди на изменения?



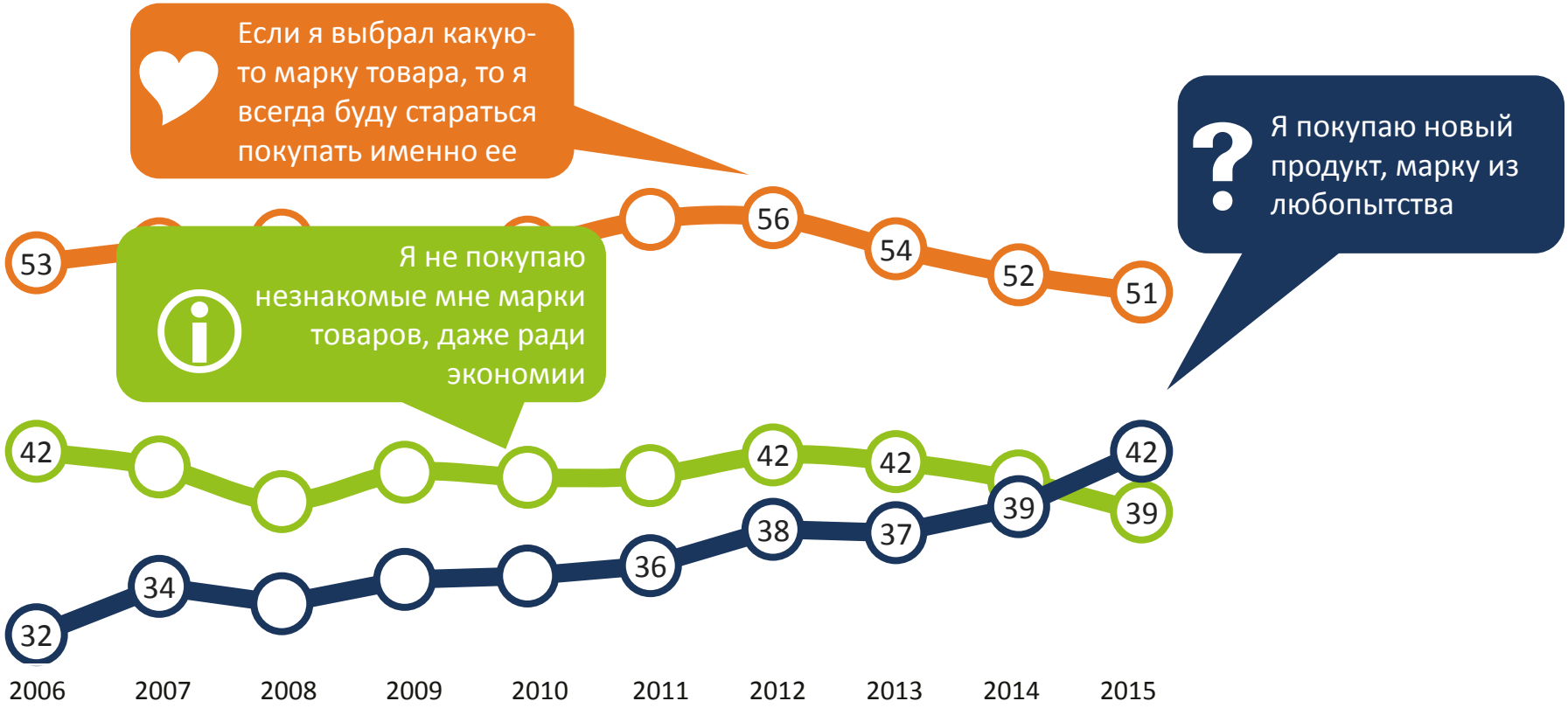
Источник: Ipsos Comcon. РосИндекс, 2006-2015 гг.
База: Россияне 16+, города присутствия сетей

© 2016 Ipsos.

GAME CHANGERS

Кризис выводит людей из анабиоза в «зоне комфорта» и заставляет оглянуться вокруг в поисках лучшего

Ipsos Comcon



Источник: Ipsos Comcon. РосИндекс, 2006-2015 гг.
База: Россияне 16+, города присутствия сетей

© 2016 Ipsos.

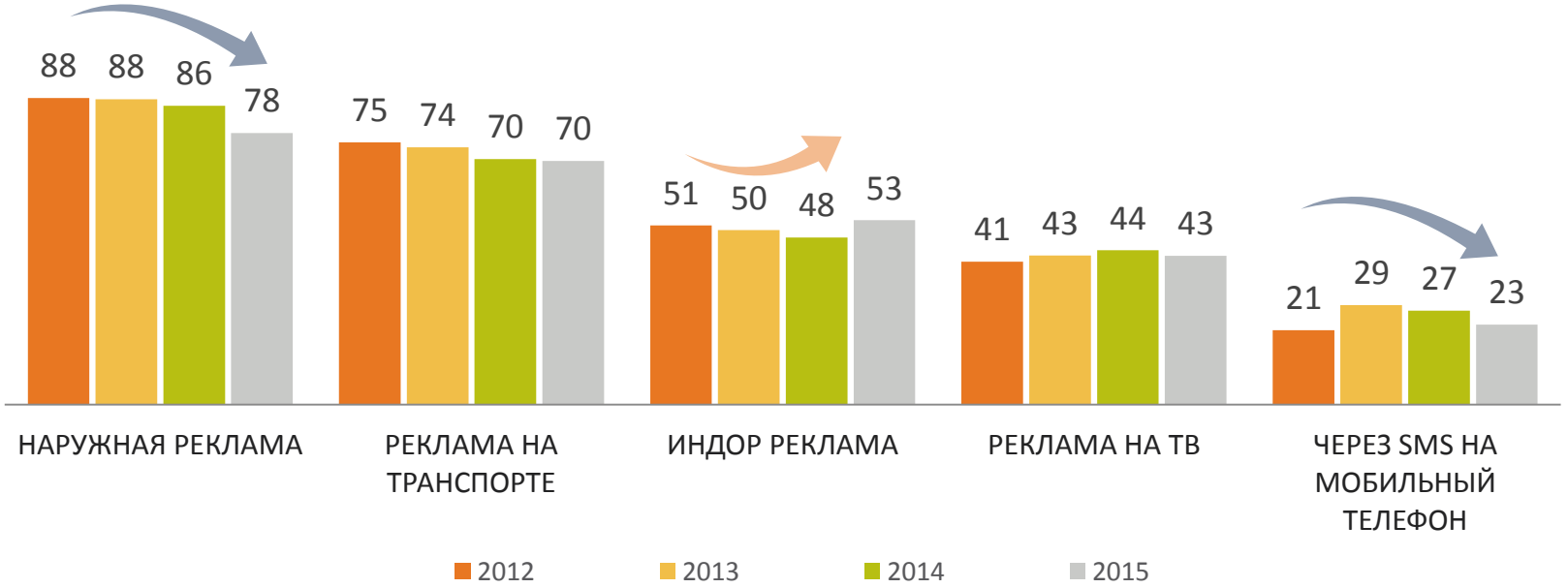
GAME CHANGERS

Откуда берут информацию?

© 2016 Ipsos.

ВНИМАНИЕ К РЕКЛАМЕ НА РАЗНЫХ НОСИТЕЛЯХ

Откуда берут информацию?



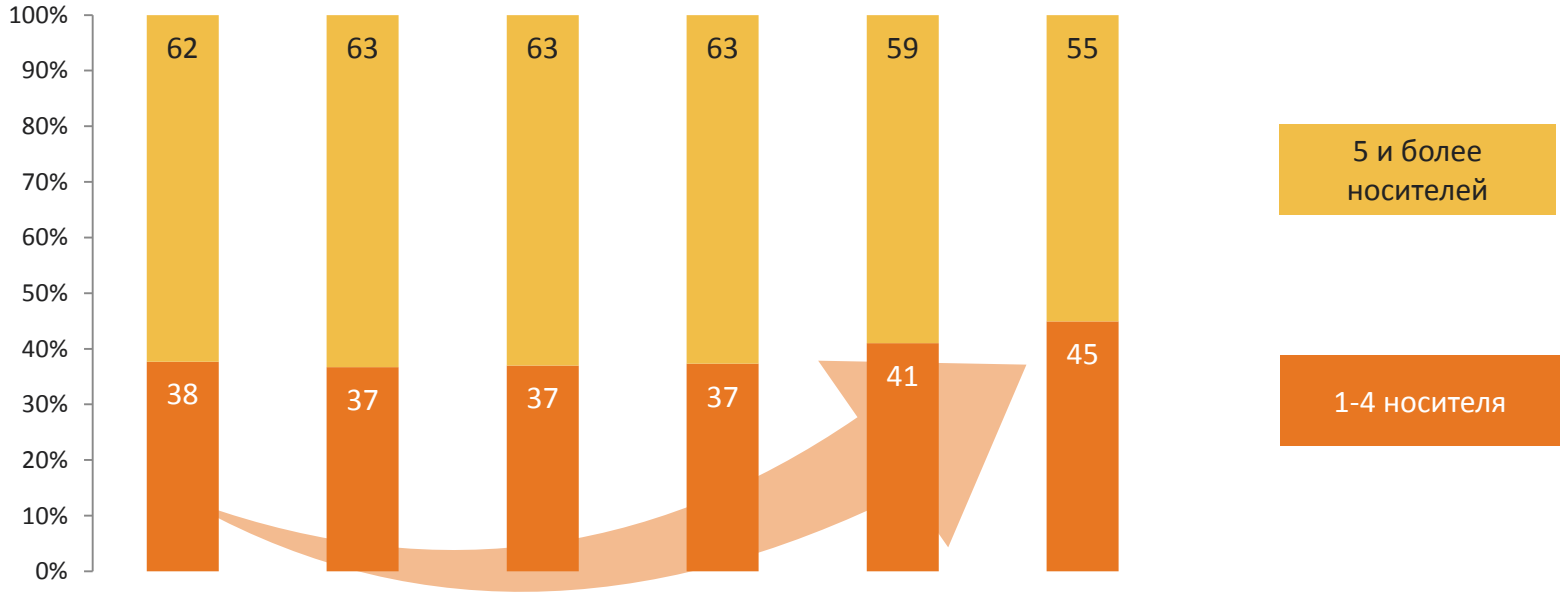
Источник: Ipsos Comcon. РосИндекс, 2012-2015 гг.

База: Россияне 16+

© 2016 Ipsos.

ПРОДОЛЖАЕТСЯ ТРЕНД «КОНЦЕНТРАЦИИ» ВНИМАНИЯ

Число рекламных носителей, на которые обращают внимание

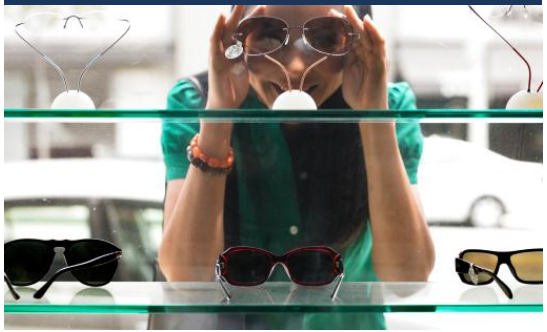


© 2016 Ipsos.

Ipsos Comcon

Откуда берут информацию?

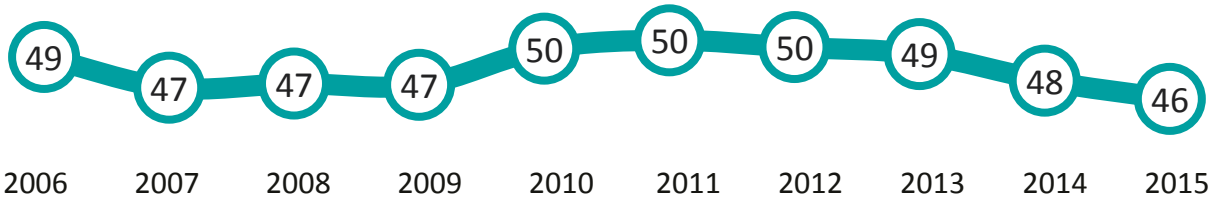
ВИТРИНЫ МАГАЗИНОВ



ПОЛКИ МАГАЗИНОВ

ВИДЕОЭКРАНЫ В МАГАЗИНАХ

Прежде, чем что-то купить, я стараюсь узнать мнение других о товаре



Источник: Ipsos Comcon. РосИндекс, 2006-2015 гг.
База: Россияне 16+

© 2016 Ipsos.

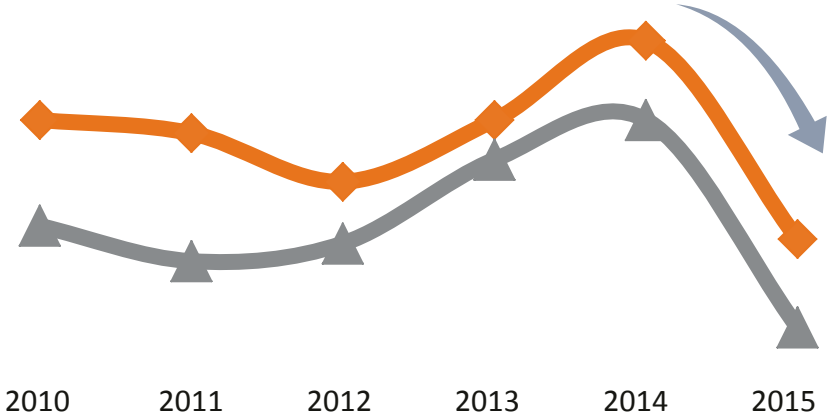
GAME CHANGERS

Ipsos

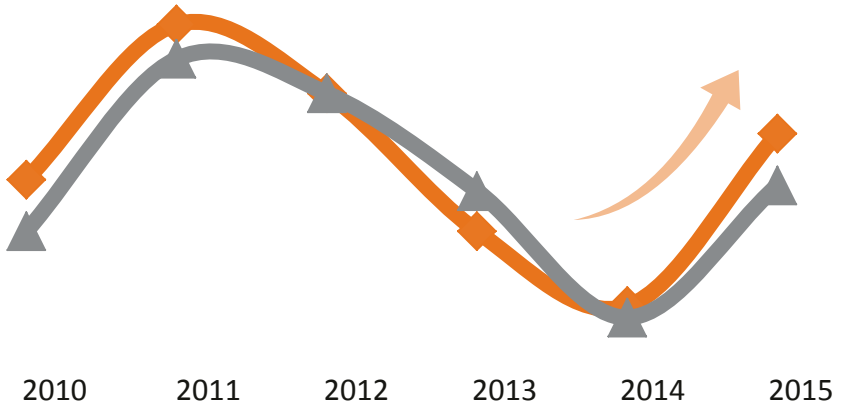
Ipsos Comcon

Но и раздражение от рекламы упало

СОГЛАСНЫ С УТВЕРЖДЕНИЕМ:
МЕНЯ РАЗДРАЖАЕТ РЕКЛАМА, %



СОГЛАСНЫ С УТВЕРЖДЕНИЕМ:
Я НЕ ВЕРЮ РЕКЛАМЕ, %



Источник: Ipsos Comcon. РосИндекс, 2010-2015 гг.
База: Россияне 10+

Аудитория индор-рекламы

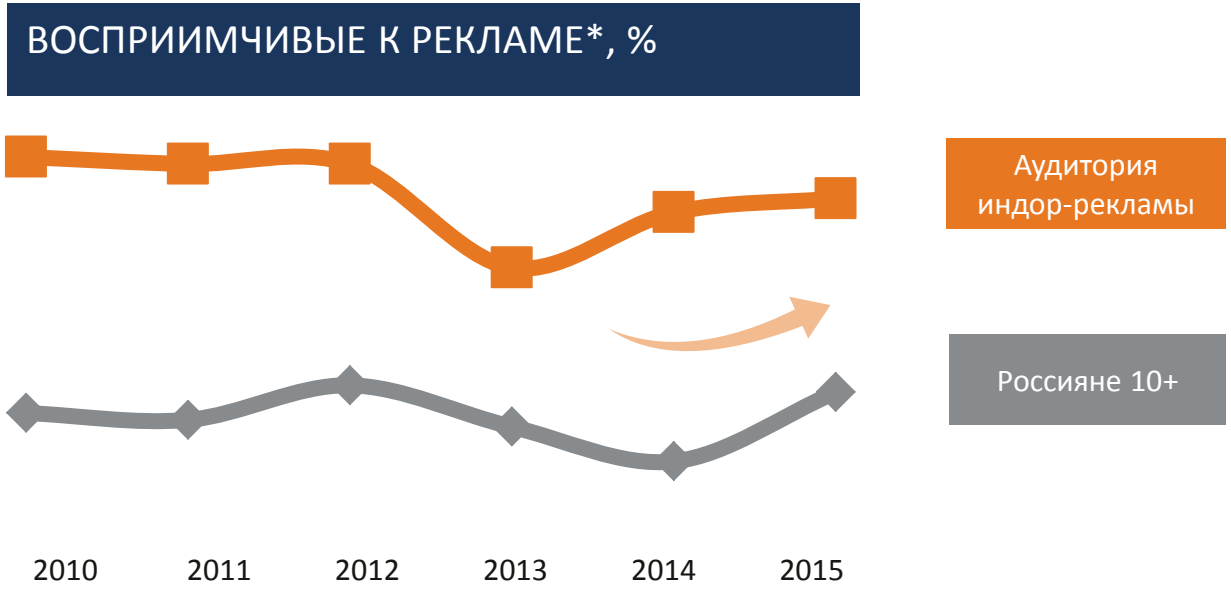
Россияне 10+

© 2016 Ipsos.

GAME CHANGERS

Ipsos

… и восприимчивость к рекламе восстановилась



Источник: Ipsos Comcon. РосИндекс, 2010-2015 гг.
База: Россияне 10+

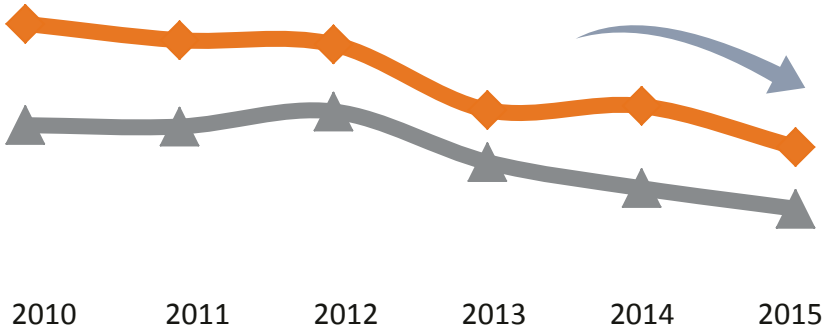
* Методика «Психографическое шкалирование»

© 2016 Ipsos.

Устали от «приколов»

Ipsos Comcon

СОГЛАСНЫ С УТВЕРЖДЕНИЕМ: МНЕ НРАВИТСЯ СМЕШНАЯ РЕКЛАМА, %



Аудитория индор-рекламы

Россияне 10+

Источник: Ipsos Comcon. РосИндекс, 2010-2015 гг.
База: Россияне 10+

© 2016 Ipsos.

GAME CHANGERS

Contact

Третьякова Ольга
Специалист по маркетингу Ipsos Comcon

TretyakovaO@comcon-2.com

© 2016 Ipsos.

Ipsos Comcon

ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.

GAME CHANGERS