

Что в голове у потребителя? Стратегии адаптации и экономии



Современная Россия

Внешность -
европейская



Модель бизнеса -
американская



Конституция -
французская



Ментальность -
византийская



Мы все (почти) родом из СССР



Распределение расходов на FMCG

По неделям месяца разница может достигать 20%



Источник: Romir Scan Panel, период: январь – сентябрь 2015, география: Россия 100 тыс.+

Распределение расходов на FMCG

5

По дням недели (руб.)



Источник: Romir Scan Panel, период: январь – сентябрь 2015, география: Россия 100 тыс.+

Что мы видим

Источник: Romir Scan Panel

Доходы

- 5% (53 000 Р)



Расходы в целом

+ 14%



Траты на FMCG

+16%(35% или 18 500 Р)



Частота покупки

+ 5%(3 раза в неделю)



VS

Что говорят

Источник: Росстат

Номинальная з/п

+ 4.4%

Инфляция

+ 9.8% vs. 5.6% pp

Оборот ритейла

- 8.3%

Курс \$

+ 80% 66.5 vs. 36.9

Что мы видим

Источник: Romir Scan Panel

Снижение потребления:



Консервы
-21%



Сыр твердый
-16%



Рыба охлажденная
-12%

Что говорят

7

Источник: Ромир, опрос

Покупатели экономят

84%

Отказываются от:



Отдыха 33%



Деликатесов 33%

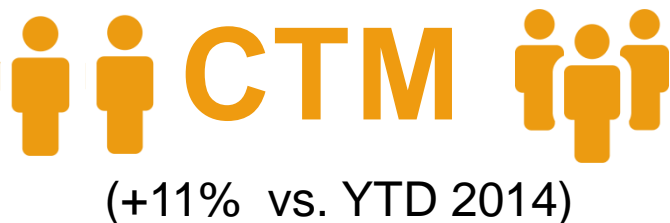


Развлечений 31%

Что покупают

Источник: Romir Scan Panel

Более половины (53%)
покупателей
хотя бы раз в квартал
приобретали СТМ
из какой-либо категории

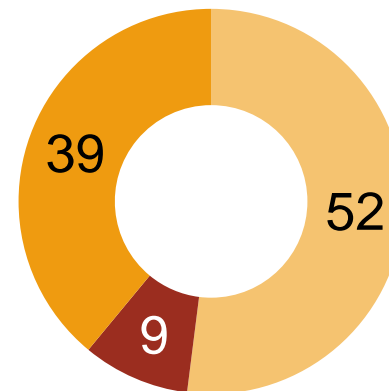


Что говорят

8

Источник: Ромир, опрос

40% покупателей считают что
качество продуктов ухудшилось*



- Качество продуктов осталось прежним
- Качество некоторых товаров\ марок улучшилось
- Качество некоторых товаров\ марок ухудшилось

Период: январь – сентябрь 2015, география: Россия 100 тыс.+

Что покупают

Источник: Romir Scan Panel

Низкий доход



Рост трат **+21%**

Частота покупки **+8%**

Средний чек **+13%**

Высокий доход



Рост трат **+2%**

Частота покупки **-4%**

Средний чек **+17%**

Что говорят

9

Источник: Ромир, опрос

Низкий доход



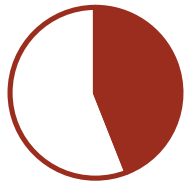
Наличие
сбережений
28%

Высокий доход



Наличие
сбережений
50%

Стратегии экономии



44%
Оптимизаторы



... не покупаю дорогие виды продуктов



... покупаю более дешевые марки



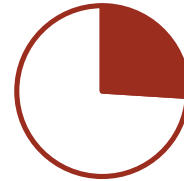
16%
Cherry pickers
Больше 50% покупок в портфеле – по промо



... всегда ищу промо-акции и скидки на товары, которые я покупаю регулярно



... выбираю магазины со специальными предложениями и скидками



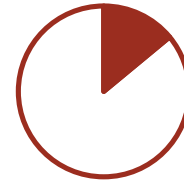
26%
Рационалисты



... стараюсь составлять списки необходимых продуктов и всегда им следовать



... покупаю продукты питания только, если я уверен, что употреблю их



14%
Запасливые

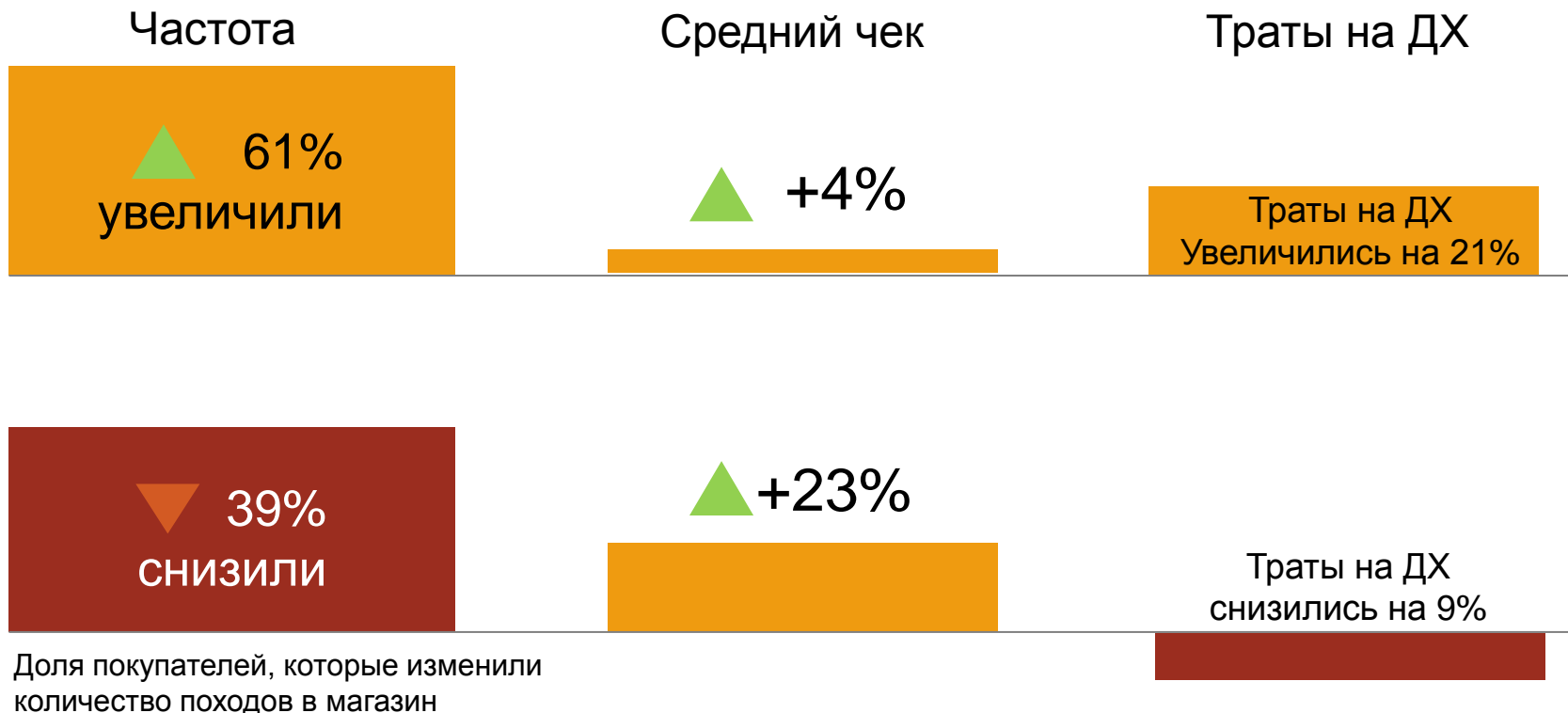


... реже хожу за продуктами, чтобы держать свой бюджет под контролем



... покупаю и запасую продукты впрок

Реальное покупательское поведение



Источник: Romir Scan Panel, период: январь – сентябрь 2015, география: Россия 100 тыс.+

Когда закончится кризис

76% покупателей уверены, что кризис закончится в 2017 году.

Часть новых привычек сохранится и по окончании кризиса, что надолго изменит потребительскую среду.



Даже после кризиса я по-прежнему буду...

- Следить за промоакциями
- Делать покупки в дешевых розничных магазинах



Я больше не буду...

- Покупать товары более низкого качества
- Покупать меньше

The logo for Romir, featuring the word "Romir" in a bold, black, sans-serif font. The letter "i" is stylized with three small black squares stacked vertically below it. The text is centered within a solid orange rectangular background.

Romir

Спасибо!

Команда Ромир
