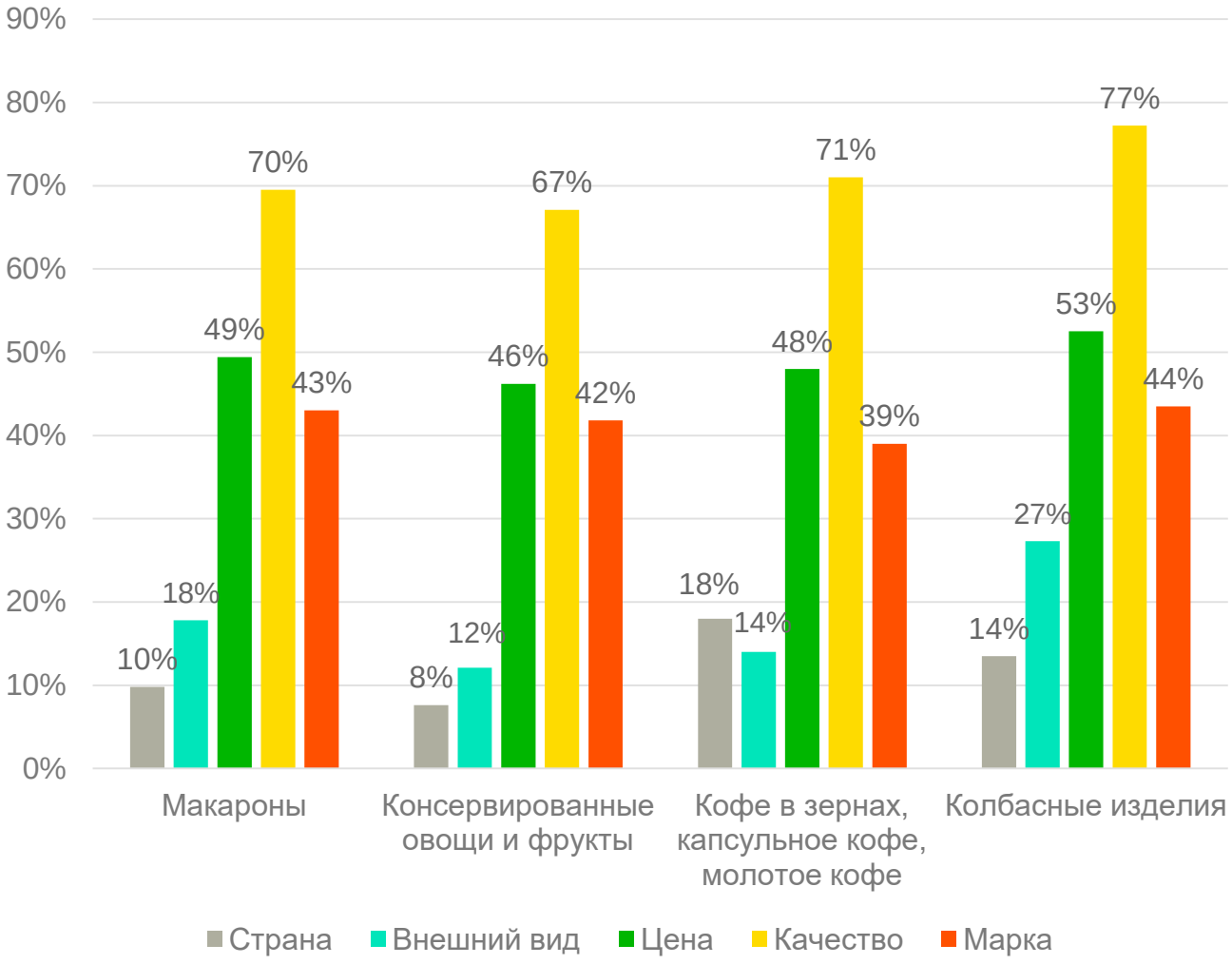
KANTAR

MMI 2020

Ориентация казахстанцев на характеристики марок при покупке товара

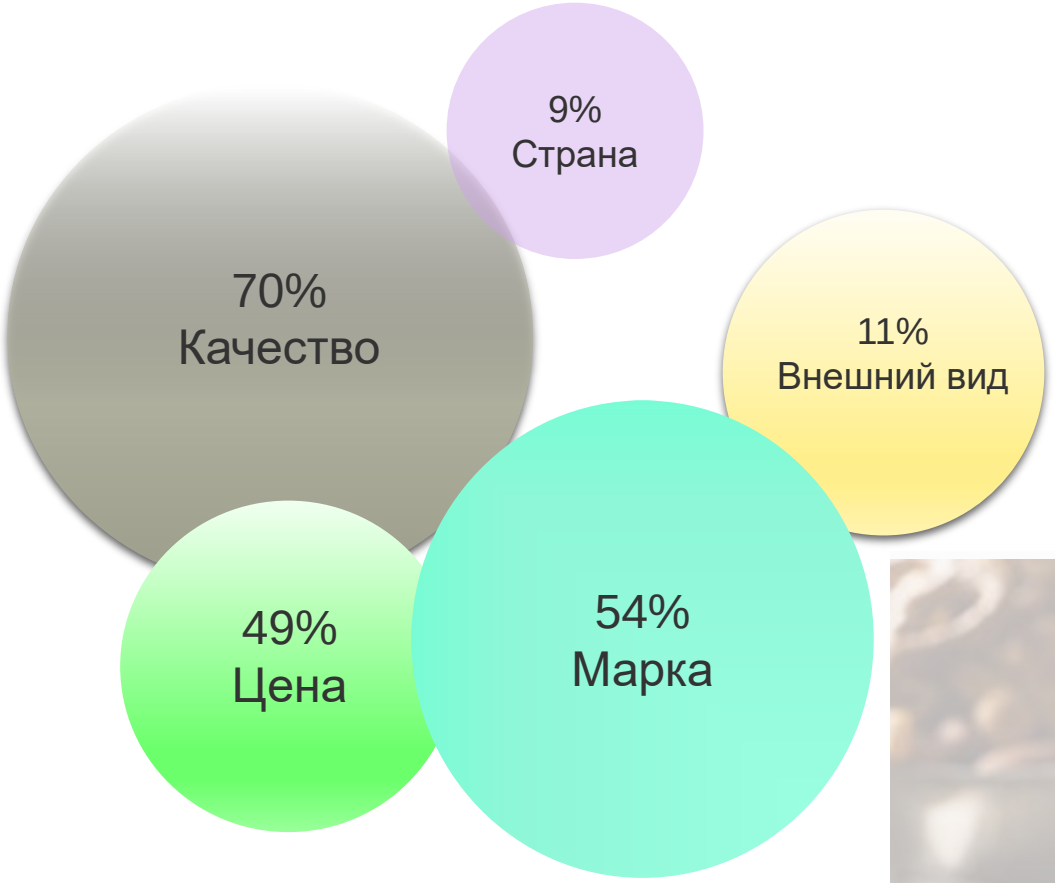
На что ориентируются потребители при выборе товаров ежедневного потребления



Для Казахстанских потребителей решающими факторами при выборе товара являются качество и цена

Base: ММ 2020 / потребители макарон, консервированных овощей и фруктов, кофе в зёрнах, капсульного кофе, молотого кофе, колбасных изделий/ города Казахстана 100 000+ / 15 лет и старше

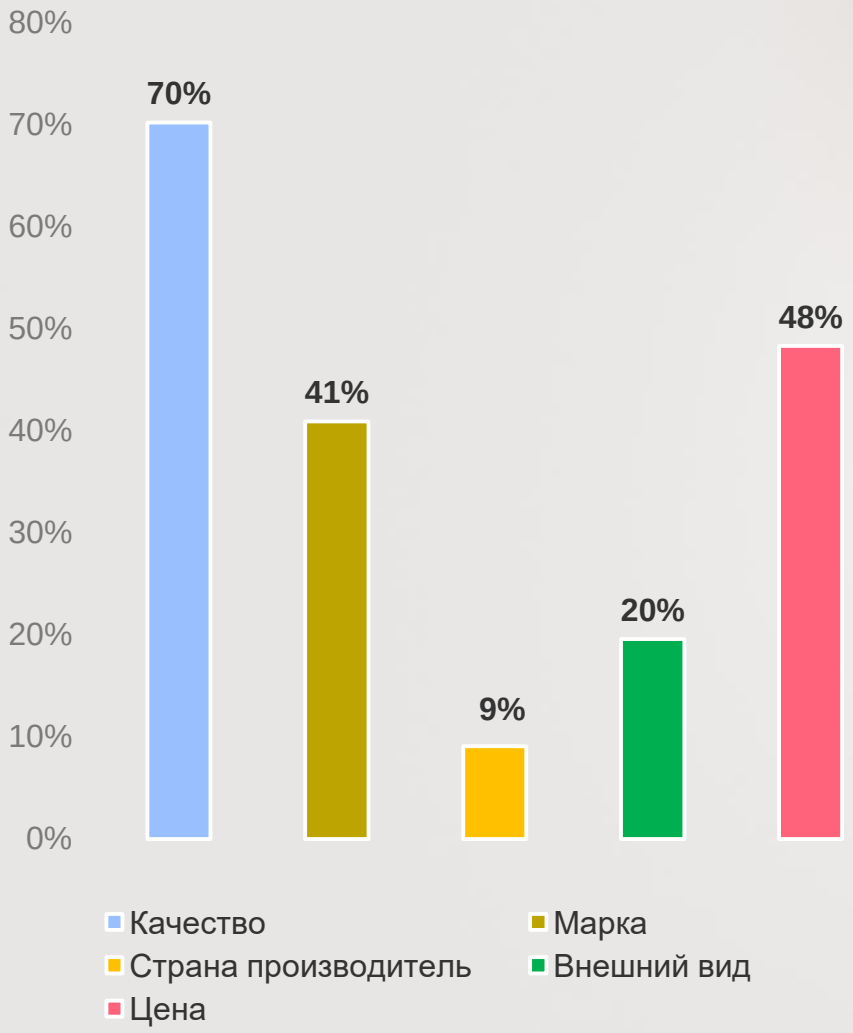
На что ориентируются потребители при выборе пива



Большинство потребителей пива ориентируются на качество (70%) и марку (54%).

Base: MM 2020 / потребители пива 21 год и старше / города Казахстана 100 000+

На что ориентируются потребители при выборе мороженого

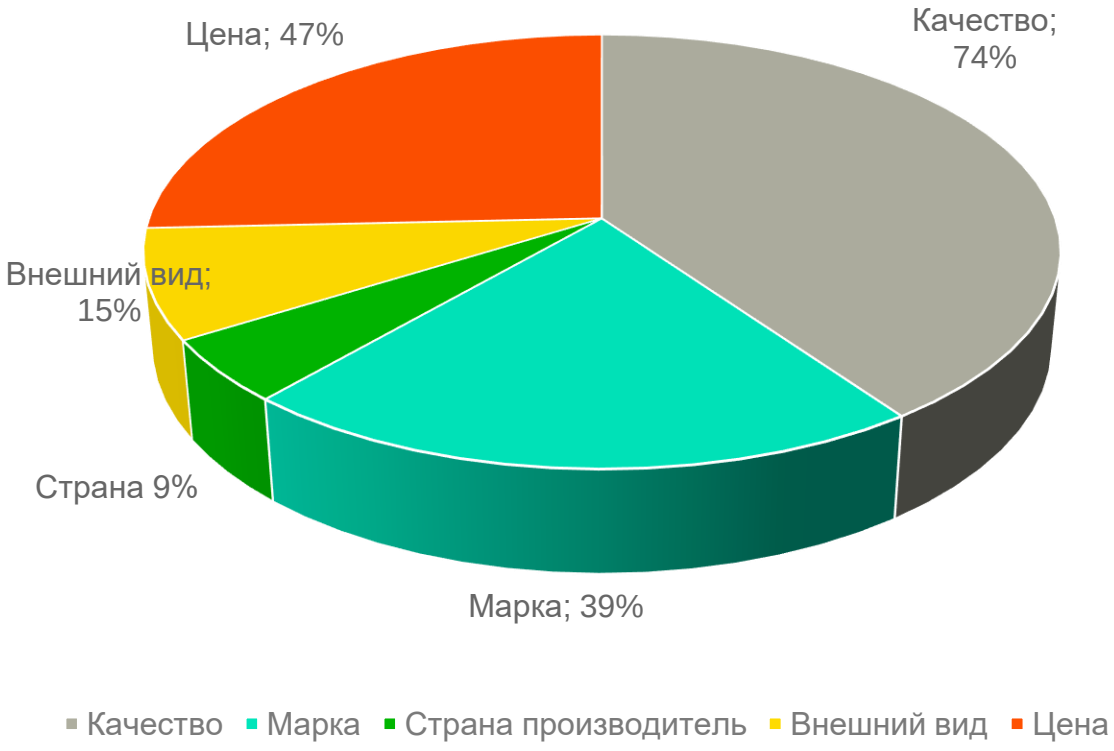


Выбирая мороженое, казахстанские потребители также в первую очередь обращают внимание на качество (70%) и цену (48%).

KANTAR

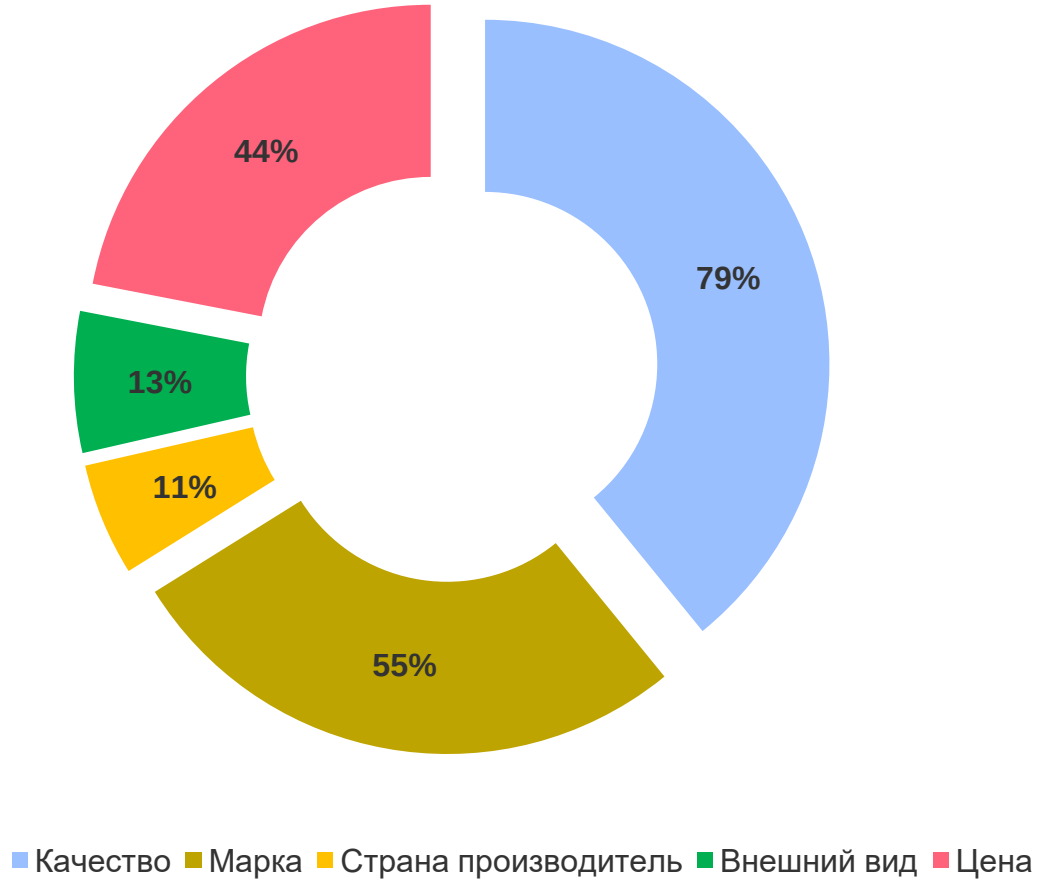
Base: ММ 2020 / потребители мороженого / города Казахстана 100 000+ / 15 лет и старше

На что ориентируются потребители при выборе сметаны



Большинство потребителей сметаны ориентируются на качество (74%) и цену (47%).

На что ориентируются пользователи при выборе детских подгузников



При выборе подгузников пользователи в первую очередь обращают внимание на качество (79%) и на торговую марку (55%). Что касается детей – цена является менее важной характеристикой товара

KANTAR

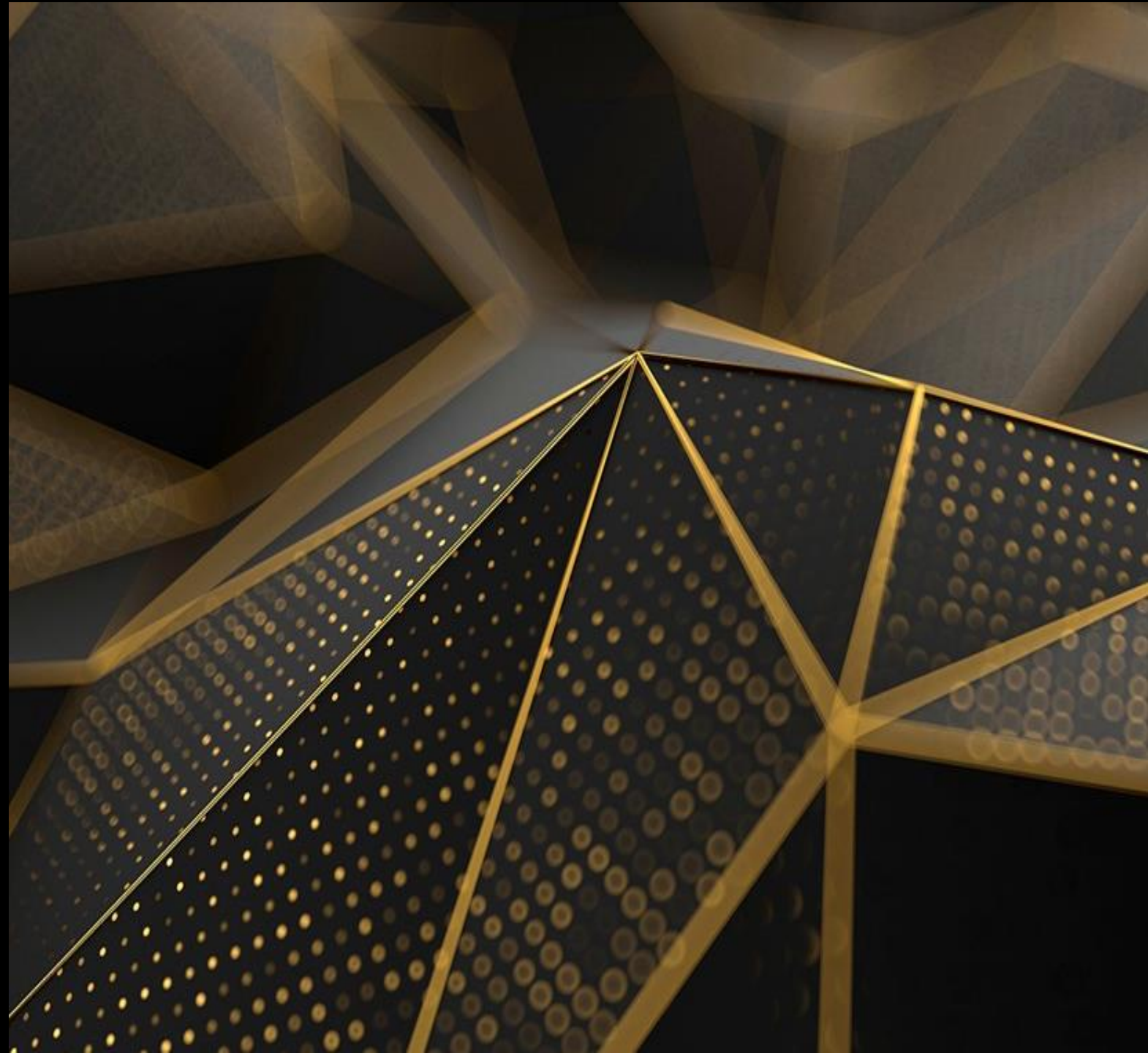
Источник данных:

Media Marketing Index 2020

Регион 21 город Казахстана 100 000+

Опрашивались люди в возрасте от 15 лет и старше

Более подробную информацию можно получить в компании

KANTAR

Телефон 347-05-03,
e-mail: cs@tns-global.kz