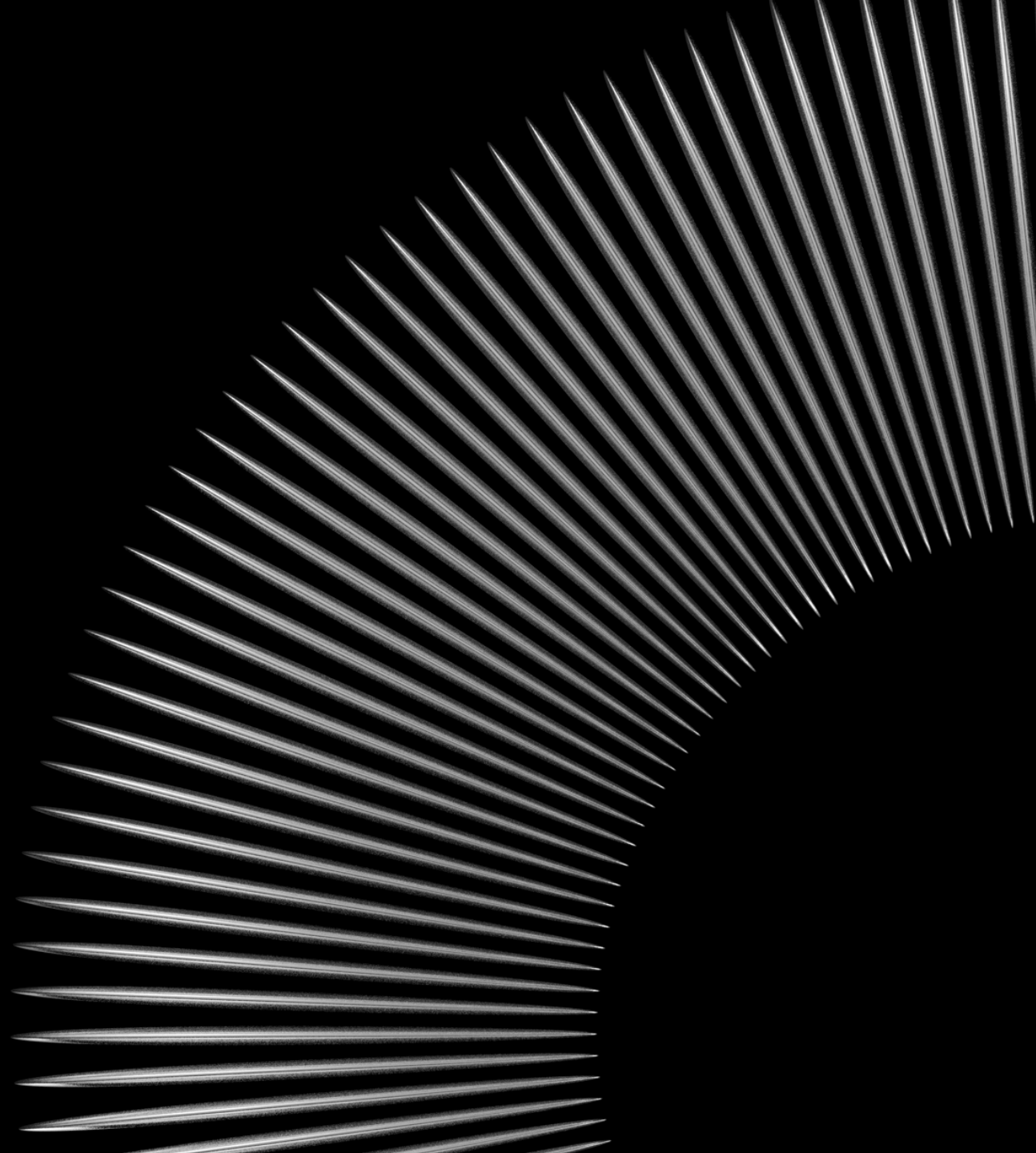


NMIGROUP

Результаты исследования

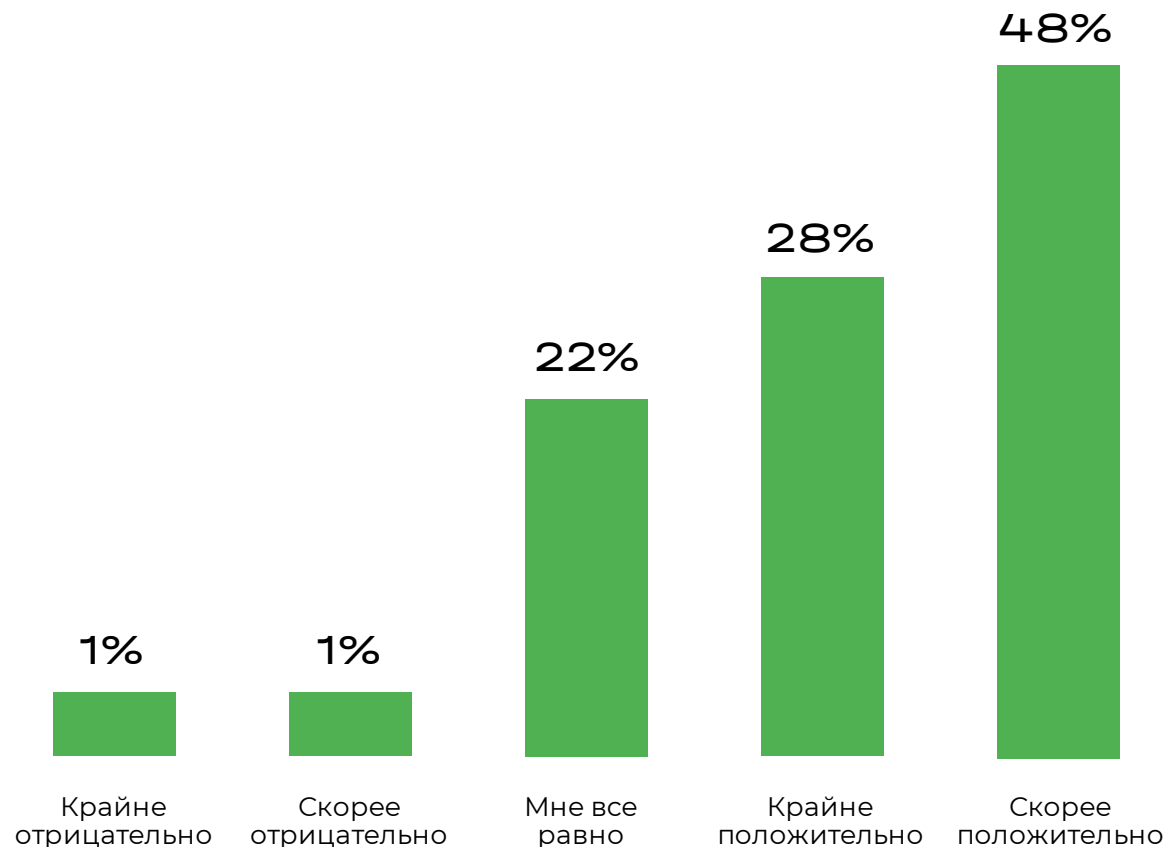
ОТНОШЕНИЕ К БРЕНДАМ

Quick Surveys by TIBURON Research

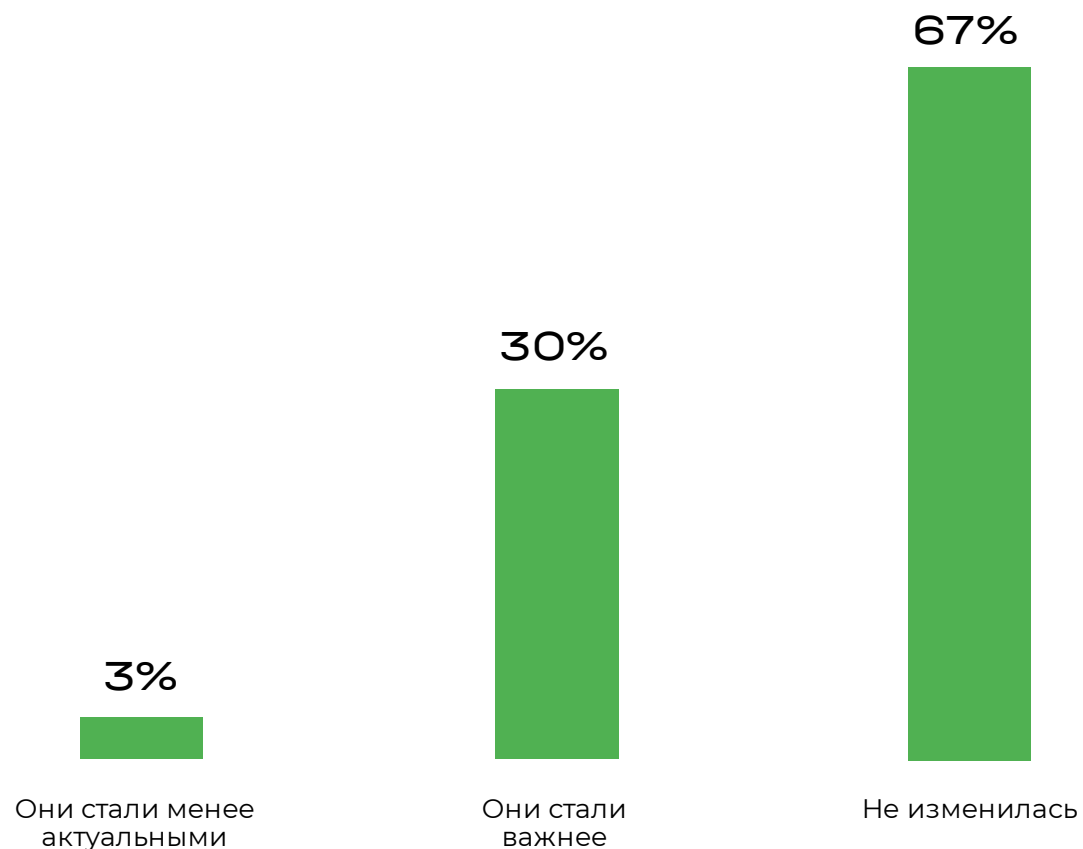


КАК ВЫ ОТНОСИТЕСЬ К ЭТОМУ ЯВЛЕНИЮ?

Некоторые бренды помимо деятельности по производству товаров активно продвигают социальные инициативы, миссии и ценности бренда – идеи, которыми компания руководствуется в своей работе, ее социальная политика



ИЗМЕНИЛАСЬ ЛИ ДЛЯ ВАС ВАЖНОСТЬ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДАМИ МИССИЙ ИЛИ ИНИЦИАТИВ В ПОСЛЕДНИЕ 2 ГОДА?



Шкальный ответ

(Процент людей, поставивших оценку 4 или 5 по пятибалльной шкале)

НАСКОЛЬКО ВЫ СОГЛАСНЫ С ЭТИМИ УТВЕРЖДЕНИЯМИ, ОЦЕНИТЕ ПО ШКАЛЕ ОТ 1 ДО 5

Крупные бренды должны обращать внимание не только на выгоду, но и на то, как они влияют на общество, в котором существуют

83%

Для меня важно, чтобы бренды товаров разделяли мои ценности и убеждения, подчёркивали мою индивидуальность

66%

Мне важно, когда в рекламе говорят о том, какие ценности разделяет компания, какой след она стремится оставить в истории

66%

Я стремлюсь окружать себя предметами тех производителей и брендов, ценности которых я разделяю

66%

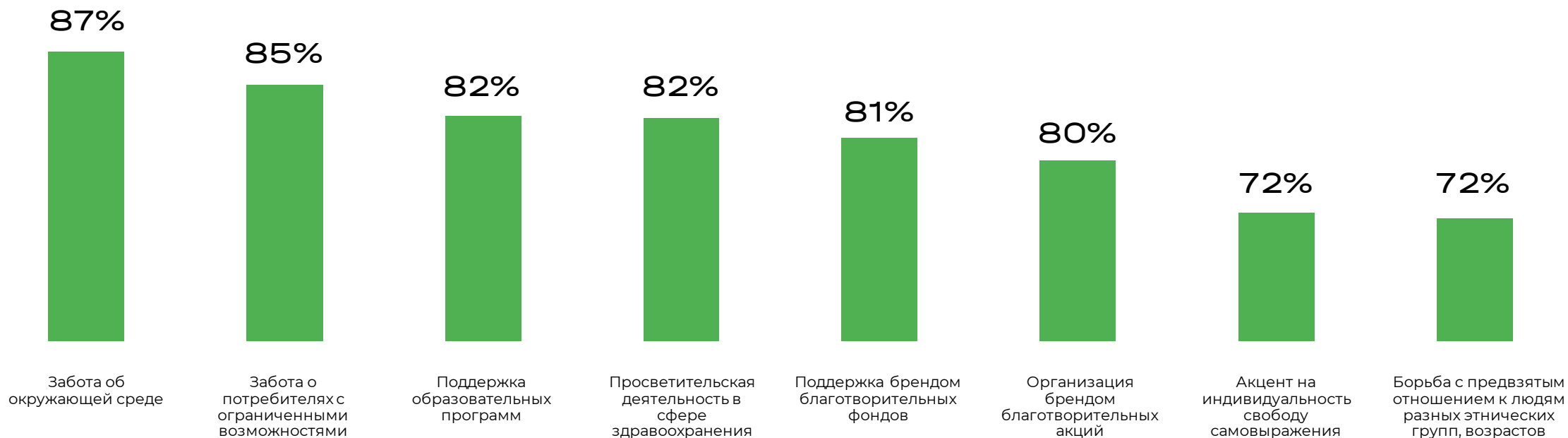
Прежде всего меня волнует цена товара, а потом уже репутация производителя

64%

Шкальный ответ

(Процент людей, поставивших оценку 4 или 5 по пятибалльной шкале)

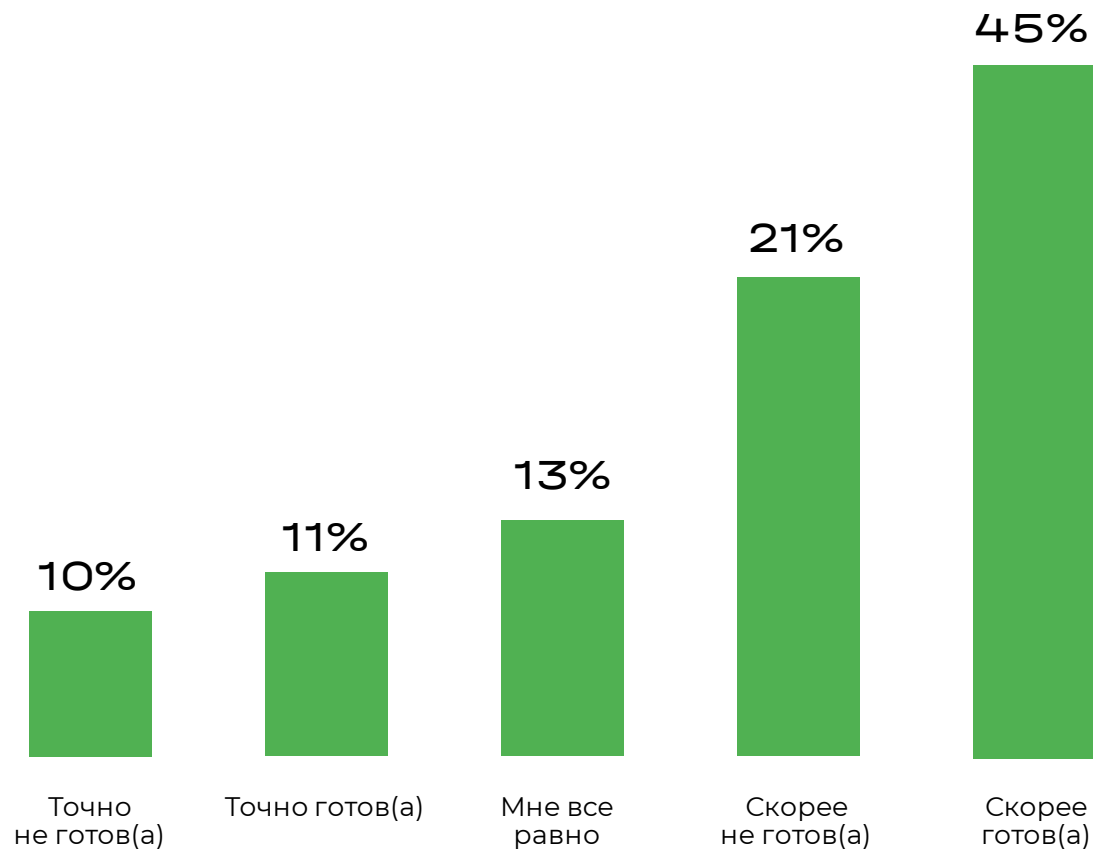
А КАКИЕ ИМЕННО ДЕЙСТВИЯ ВАЖНЫ ДЛЯ ВАС В СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ БРЕНДА?



Источник: исследование Tiburon, вся Россия 100+, мужчины, женщины, от 18 до 60 лет

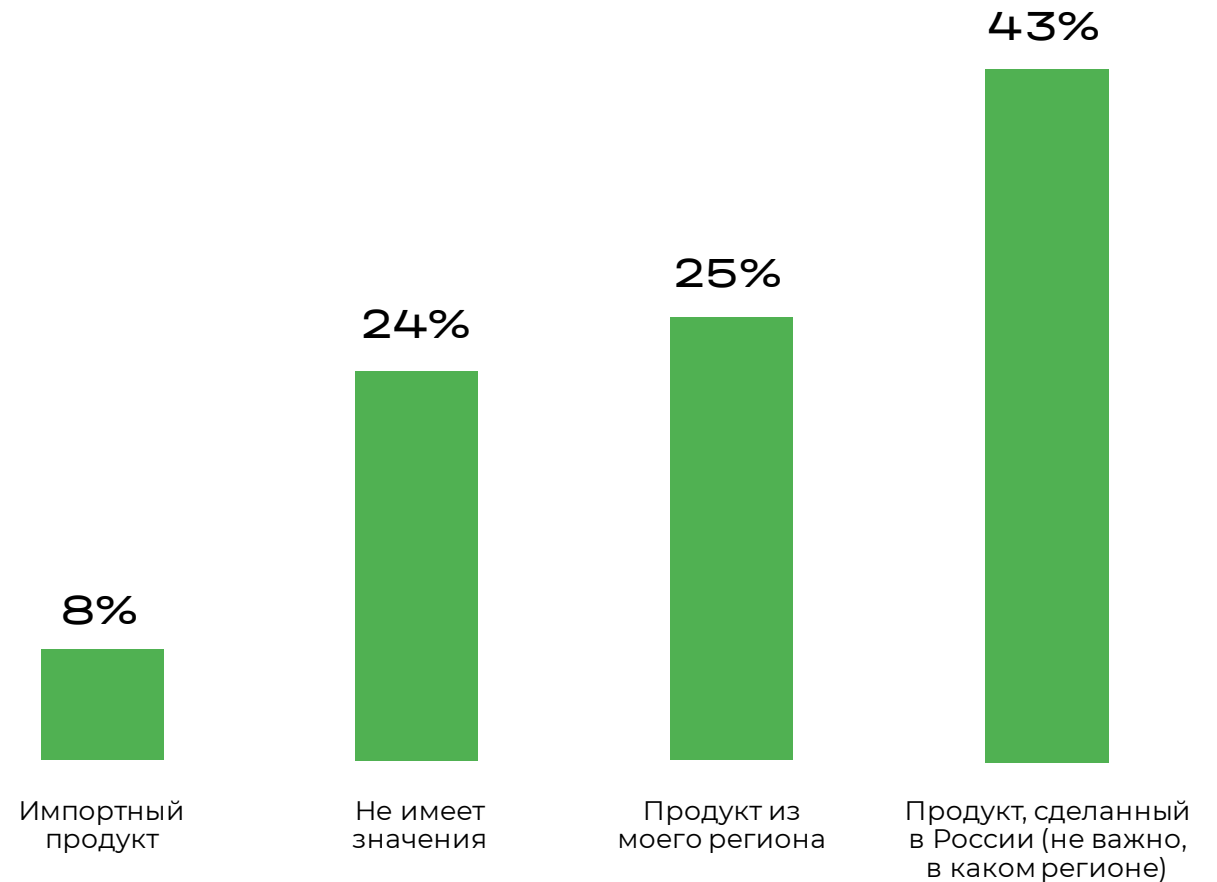
NMI GROUP

ГОТОВЫ ЛИ ВЫ ПЛАТИТЬ БОЛЬШЕ ЗА ПРОДУКТ ТОЙ ИЛИ ИНОЙ КОМПАНИИ, ЕСЛИ ОНА ПРОДВИГАЕТ БЛИЗКИЕ ВАМ ЦЕННОСТИ?



Представьте, что Вам нужно приобрести любой товар

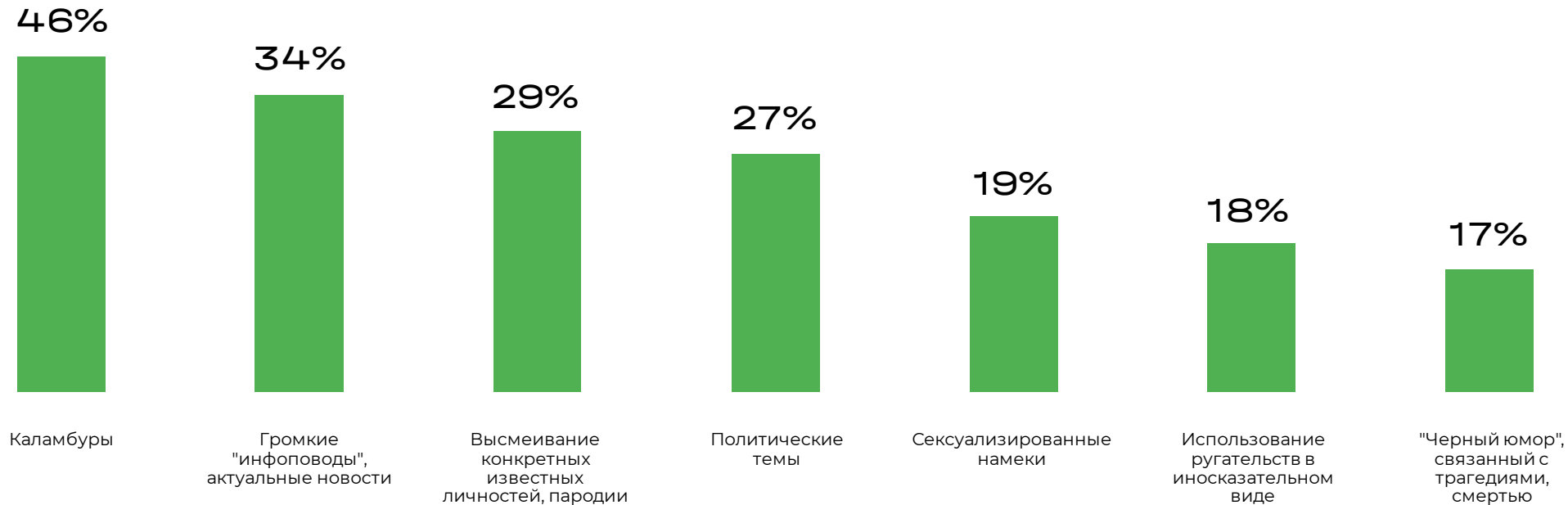
КАКОЙ ПРОДУКТ ПРИ СХОЖЕЙ СТОИМОСТИ ВЫ БЫ ВЫБРАЛИ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ?



Шкальный ответ

(Процент людей, поставивших оценку 4 или 5 по пятибалльной шкале)

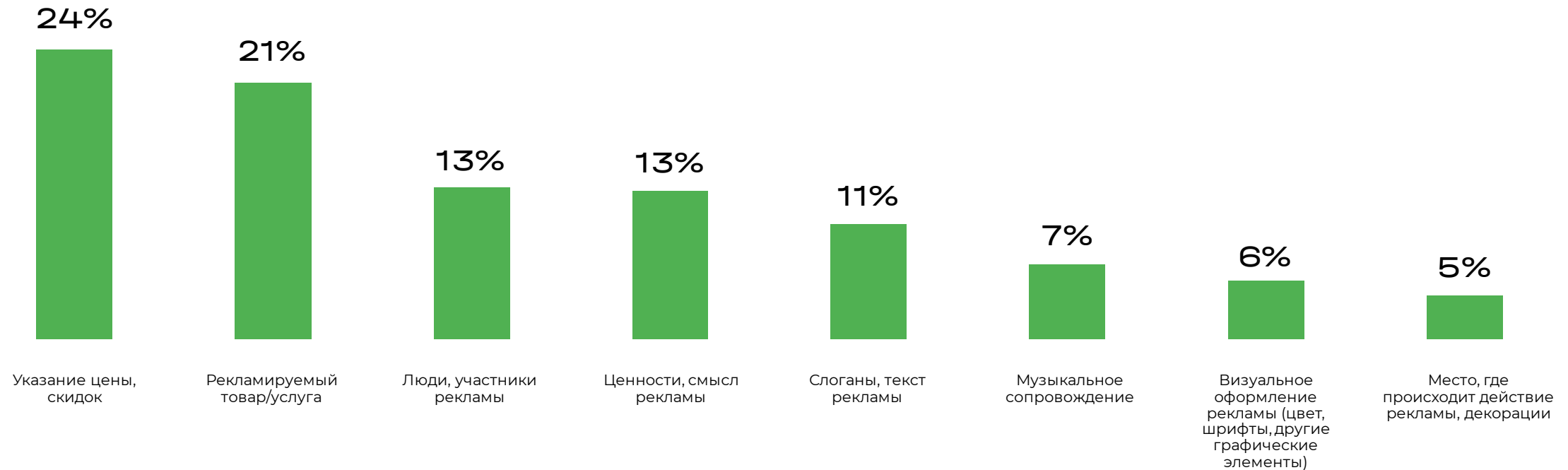
КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, КАКИЕ ТЕМЫ И ПРИЕМЫ ДОПУСТИМО ВКЛЮЧАТЬ В РЕКЛАМУ?



Источник: исследование Tiburon, вся Россия 100+, мужчины, женщины, от 18 до 60 лет

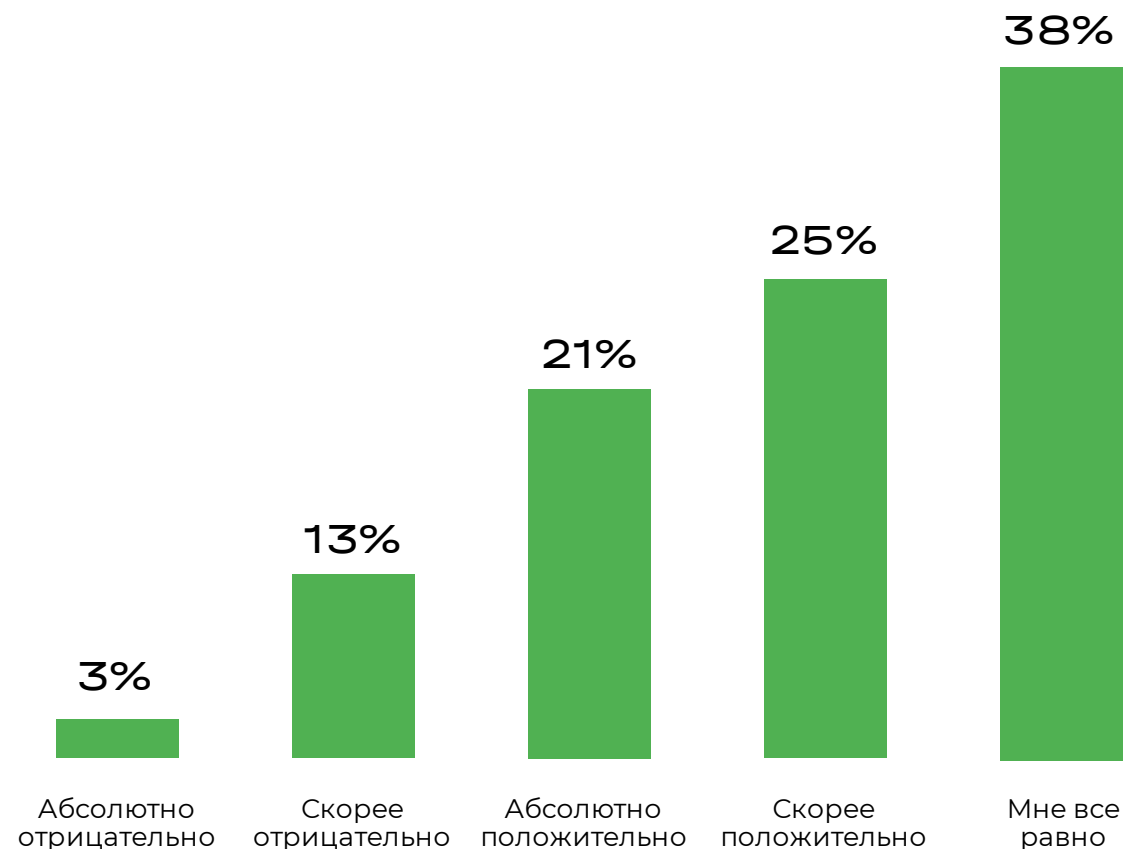
NMI GROUP

НА ЧТО ВЫ ОБЫЧНО ОБРАЩАЕТЕ ВНИМАНИЕ В РЕКЛАМЕ, ЧТО ПРИВЛЕКАЕТ ВАШЕ ВНИМАНИЕ?



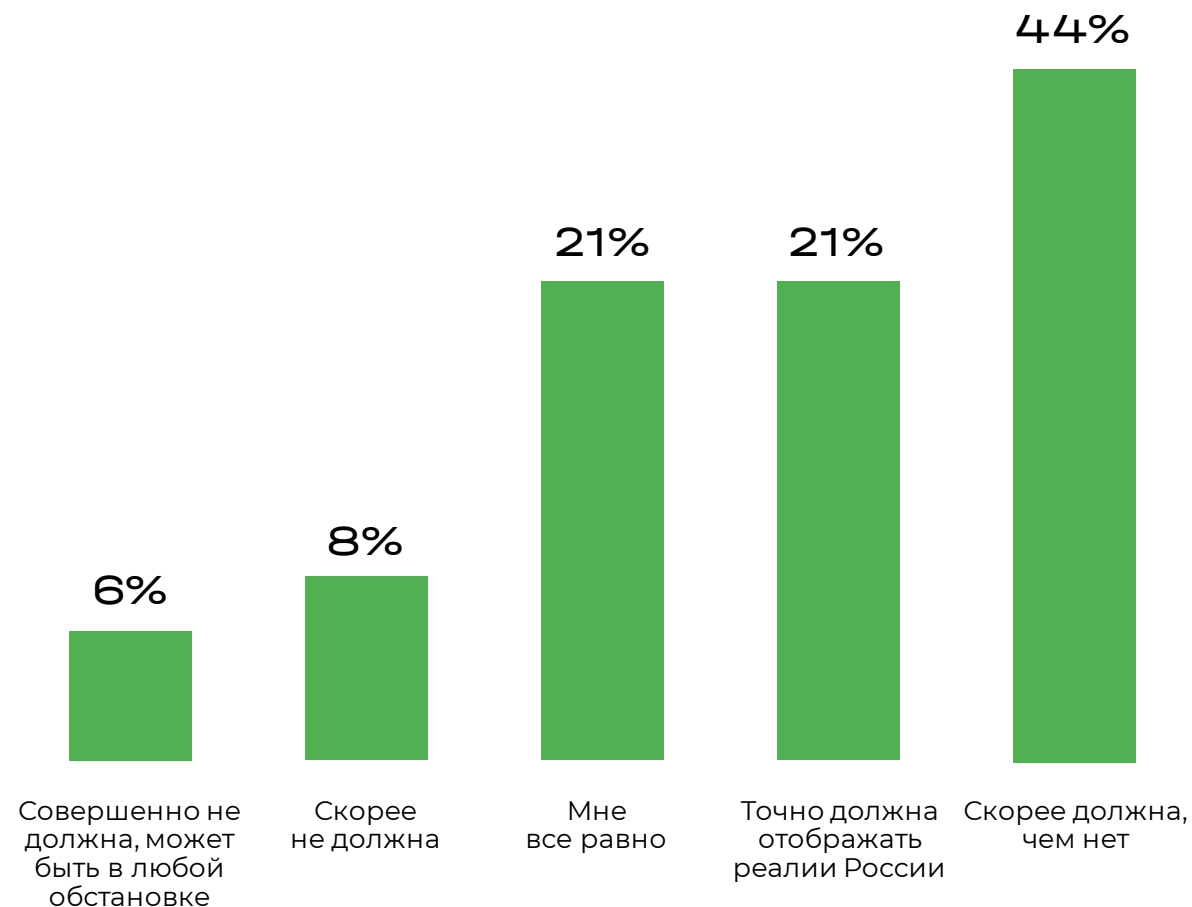
Представьте, что все бренды
(и отечественные, и зарубежные)
станут использовать в названиях
только кириллицу вместо латиницы

КАК ВЫ К ЭТОМУ ОТНЕСЕТЕСЬ?

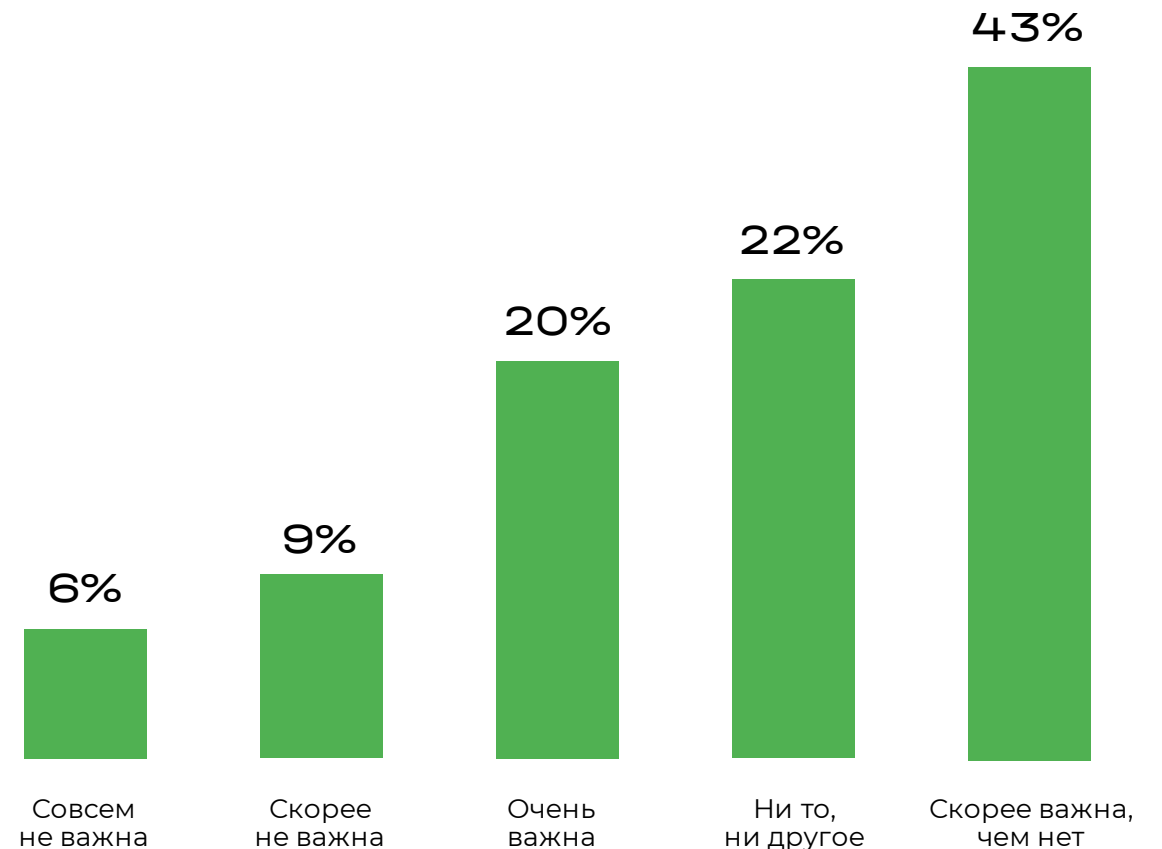


КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ДОЛЖНА ЛИ РЕКЛАМА ОТРАЖАТЬ ОСОБЕННОСТИ МЕСТА, ЖИТЕЛЯМ КОТОРОГО ПРЕДЛАГАЕТСЯ ПРОДУКТ ИЛИ УСЛУГА?

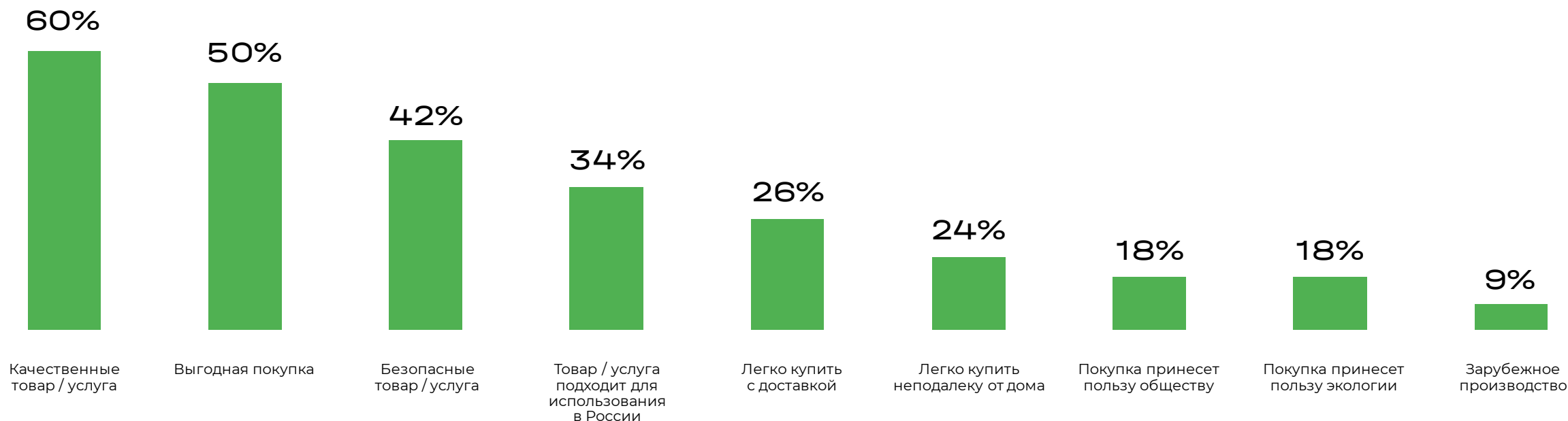
Например, обязательно ли должна ли реклама для России демонстрировать особенности жизни в России?



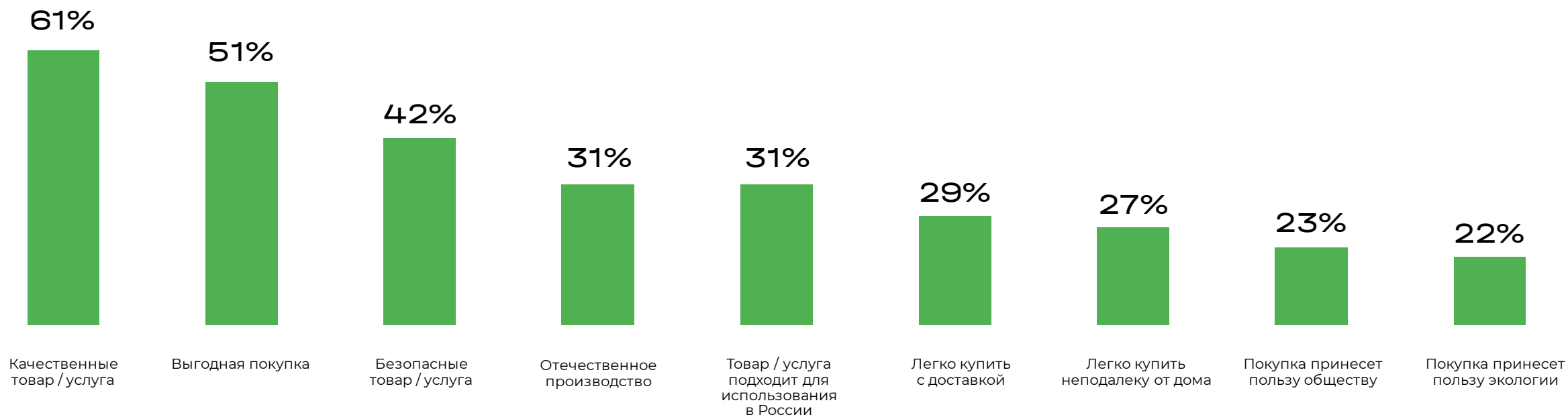
НАСКОЛЬКО ВАЖНА ДЛЯ ВАС СТРАНА ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ПРИ ВЫБОРЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ЦЕЛОМ?



ЕСЛИ БЫ ВЫ ВЫБИРАЛИ, КАКУЮ РЕКЛАМУ СМОТРЕТЬ, КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ О ПРОДУКТЕ ВАМ БЫЛО БЫ ВАЖНЕЕ УЗНАТЬ ОТ ИНОСТРАННОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ?



ЕСЛИ БЫ ВЫ ВЫБИРАЛИ, КАКУЮ РЕКЛАМУ СМОТРЕТЬ, КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ О ПРОДУКТЕ ВАМ БЫЛО БЫ ВАЖНЕЕ УЗНАТЬ ОТ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ?



NMIGGROUP

