



Бренд-Контакт

**Исследование количества и частоты
контактов потребителя с брендами**

Декабрь 2011

В рамках систематических исследований рынков и их сегментов, агентство MPP Consulting в течение 2011 года провело исследование количества и частоты контактов потребителей с брендами.

Основной задачей исследования было определить количественный объем «памяти» потребителя, в которой находится информация о брендах товаров и услуг, среди которых он производит свой выбор, а также точное количество брендов, с которыми контактирует потребитель в каждом из сегментов и отраслей.

Как показали результаты данного исследования, свободного места в сознании потребителя сегодня уже нет, и каждому бренду приходится довольно серьезно сражаться за внимание потенциального потребителя и практически вести войну с конкурентами, чтобы занять постоянное место в его памяти.

Общая картина исследования показывает, что типовой потребитель в течение 1 года контактирует с 322 брендами, из которых с 72 брендами он контактирует регулярно.

Контакт с брендом означает факт стабильного (более 5 секунд) и стойкого визуального или аудиального контакта потребителя с брендом. Данный контакт подразумевает полное восприятие и осмысление воспринимаемой информации, либо возникновения ассоциаций, напрямую связанных с брендом. Мимолетные контакты, не затронувшие сознания или подсознания потребителя не учитывались. Источником информации для контакта должен быть сам бренд (товар), который передает информацию о себе посредством любого из существующих каналов коммуникаций.

Регулярный контакт означает, что потребитель контактирует с брендом регулярно – как минимум 1 раз каждый месяц в течение года.

Учитывая, что сфера деятельности и общения у каждого человека может существенно отличаться, для проведения исследования был смоделирован портрет типowego потребителя, на основе которого и было проведено исследование. Исходя из этого, не учитывались потребители, которые по роду своей деятельности постоянно контактируют с большими объемами информации, а также находятся в постоянном контакте с брендами и товарами. Полностью исключены из исследования работники ритейла, средств массовой информации, сферы маркетинга и рекламы.

Общее количество брендов в разрезе отраслей

Отрасль	Всего брендов	Регулярные контакты
Пивобезалкогольная отрасль	28	7
Легкая промышленность	27	2
СМИ	25	7
Бытовая химия	22	6
Электроника	20	4
Автомобильная отрасль	19	4
Косметика	18	4
Ликероводочная отрасль	17	3
Стройматериалы	14	2
Ритейл	13	3
Молочные продукты	12	4
Масложировая отрасль	11	2
Финансовые услуги	11	2
Консервы	10	3
Хлебобулочные изделия и крупы	9	2
Кондитерская отрасль	9	3
Телекоммуникации	8	4
Транспорт	7	2
Машиностроение	7	0
Электрооборудование	7	3
Топливо и энергетика	6	2
Мясные продукты	5	2
Гостиницы, кафе, рестораны	5	1
Строительная отрасль	4	0
Энергетика	3	0
Химия	3	0
Деловые услуги	2	0
Итого	322	72