

2014



**Скрининговое исследование
спроса на жалюзи в сегменте
физических лиц г.Тольятти**

ООО «Профи-Консалт»

01.08.2014

Цели исследования

1. Определить величину групп горожан-потребителей жалюзи, сложившееся на момент исследования:
 - покупатели жалюзи,
 - потенциальные покупатели с отложенным спросом, которые осведомлены о товаре и планируют приобретать жалюзи;
 - «осведомленные горожане», которые осведомлены о товаре, но пока не планируют приобретать жалюзи;
 - «неосведомленные горожане», которые ничего не знают о товаре.
2. Определить профиль каждой выявленной группы потребителей:
 - Пол,
 - Возраст,
 - Сфера деятельности.
3. Предварительная оценка емкости рынка жалюзи

Оглавление

1. Профиль респондентов – пол, возраст, сфера деятельности, уровень душевого дохода
2. Структура потребителей жалюзи (покупатели, потенциальные покупатели, неосведомленные потребители, противники использования жалюзи)
3. Цели приобретения жалюзи
4. Профиль потребителей жалюзи как модного элемента интерьера
5. Профиль потребителей жалюзи как защитного средства от солнца
6. Профиль потребителей жалюзи как защитного средства от посторонних глаз.
7. Профиль потенциальных покупателей (планирующих покупку в ближайшее время)
8. Профиль потребителей, предпочитающих шторы
9. Профиль потребителей, отвергающих шторы по причине дороговизны.

10. Профиль потребителей, не осведомленных о преимуществах и возможностях жалюзи.
11. Оценка емкости рынка жалюзи г.Тольятти (сегмент физических лиц)
12. Выбор перспективных сегментов рынка для целевой рекламной кампании.