

Trendy zakupowe, czyli jak Polacy kupują alkohol

Raport badawczy



Wyniki badania mogą być doskonałą wskazówką dla osób planujących kampanie informacyjne oraz promocyjne. Wnikliwa analiza odpowiedzi respondentów, uwzględniająca informacje o płci, miejscu zamieszkania oraz deklarowanych dochodach, pozwala zoptymalizować kanały komunikacji oraz zaprojektować skuteczne działania. To szczególnie istotne ponieważ konsumenci coraz częściej oczekują zindywidualizowanego przekazu, który odpowiada na ich potrzeby.

Piotr Zimolzak, Dyrektor ds. Badań i Analiz w SW Research.

SPIS TREŚCI

	Slajdy
Metodologia badania	<u>3</u>
Podsumowanie wyników	<u>4</u>
Szczegółowe wyniki badania	<u>6</u>
Struktura demograficzna badanych	<u>16</u>
Kontakt	<u>18</u>

METODOLOGIA BADANIA

❖ Cele:

- ❖ określenie trendów zakupowych na rynku alkoholi
- ❖ zdefiniowanie kryteriów wyboru alkoholu kupowanego na własny użytek, z przeznaczeniem na prezent oraz sięgania po alkoholowe nowości.

❖ Metoda

- ❖ badanie zrealizowane zostało w dniach 27.09-28.09.2016, przez agencję SW RESEARCH, metodą wywiadów on-line (CAWI), na panelu internetowym SW Panel. W ramach badania przeprowadzono 806 ankiet wśród osób, które ukończyły 18 lat.

- ❖ Kwestionariusz badawczy został przygotowany przez agencję **SW RESEARCH**.

PODSUMOWANIE BADANIA (1/2)

❖ NAJCZĘŚCIEJ WYBIERANE ALKOHOLE W RAMACH PREZENTU TO WÓDKA I WINO

- ❖ Alkohol to popularny prezent w ramach różnych okazji. Najczęstsze okazje, na które respondenci kupują alkohol w ramach prezentu to urodziny i imieniny – częściej niż co trzeci badany decyduje się na to często lub zawsze. **Najpopularniejsze uroczystości**, z okazji których respondenci kupują zawsze alkohol to **parapetówka (12%) oraz wieczór panieński/kawalerski (11%)**. Co najmniej połowa ankietowanych kupuje alkohol od czasu do czasu na każdą z wymienionych okazji.
- ❖ **Wino to najpopularniejszy prezent z okazji Świąt Bożego Narodzenia (37%)**, uroczystości rodzinnych (37%) i ślubów (36%). Równie popularnym na te okazje alkoholem jest **wódka – na Święta Bożego Narodzenia wybiera ją 30%** badanych, na uroczystości rodzinne 38% a z okazji ślubów - 39%. Najczęściej jednak badani wybierają wódkę jako prezent z okazji parapetówki (64%), pępkowego (61%) lub na wieczór panieński/kawalerski (57%). Inne alkohole są rzadziej wybierane przez ankietowanych. **Whisky (24%) i koniak (22%) częściej wybierane są w ramach podziękowania**. Piwo w ramach innych okazji (np. spotkania ze znajomymi) wybiera 21% ankietowanych.
- ❖ To, co najczęściej przekonuje badanych do wyboru danego alkoholu w ramach prezentu to **znajomość marki (41%) oraz jej prestiż (36%)**. Gdy ankietowani wybierają alkohol dla siebie najczęściej kierują się smakiem (52%) i znajomością marki (34%).

PODSUMOWANIE BADANIA (2/2)

❖ ZNAJOMI TO NAJLEPSZE ŹRÓDŁO WIEDZY O ALKOHOLOWYCH NOWOŚCIACH

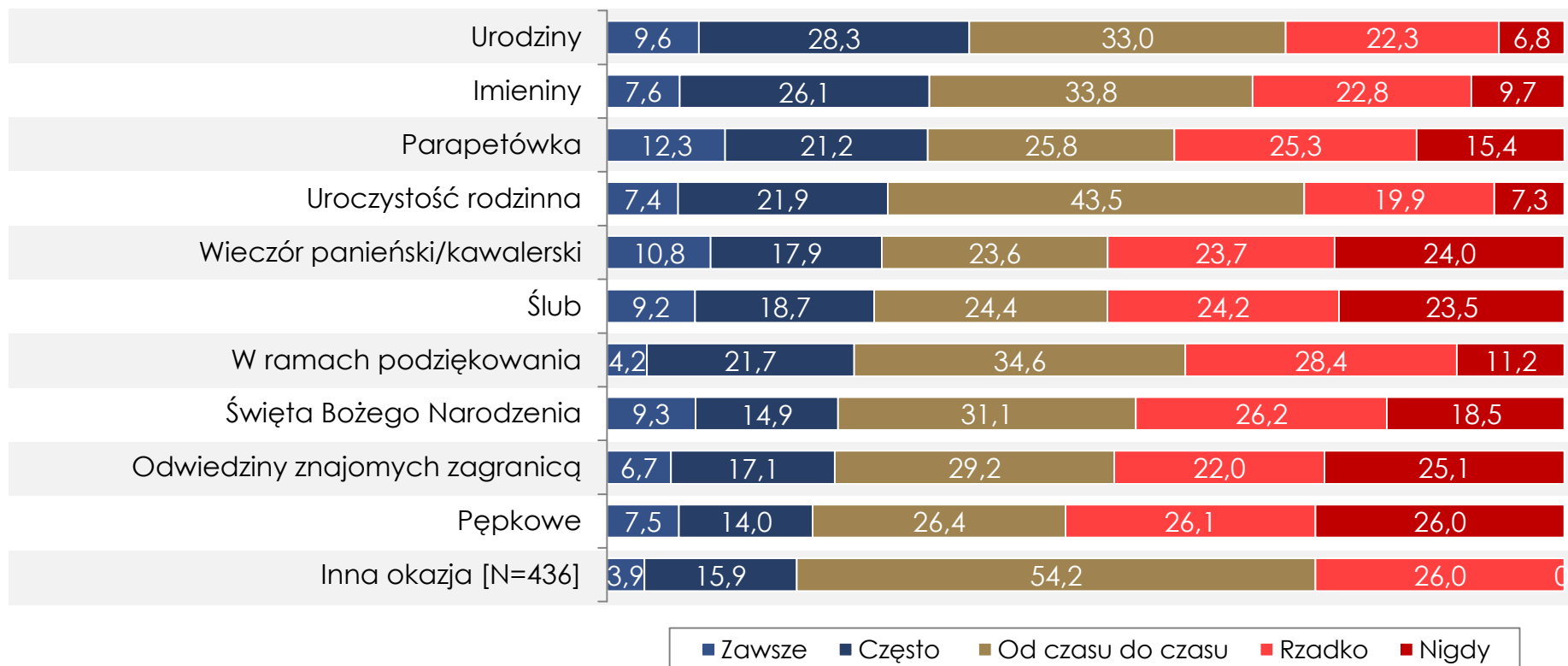
- ❖ Prawie połowa respondentów sięga po alkoholowe nowości od czasu do czasu. Prawie 30% ankietowanych sięga po nowości rzadko.
- ❖ Najczęściej badani sięgają po alkoholowe nowości za sprawą rekomendacji znajomych/rodziny lub ceny (po 38% wskazań).
- ❖ **Głównym źródłem informacji o alkoholowych nowościach są znajomi (36%). Co czwarty badany czerpie wiedzę na ten temat z informacji w sklepie.**

Szczegółowe wyniki badania



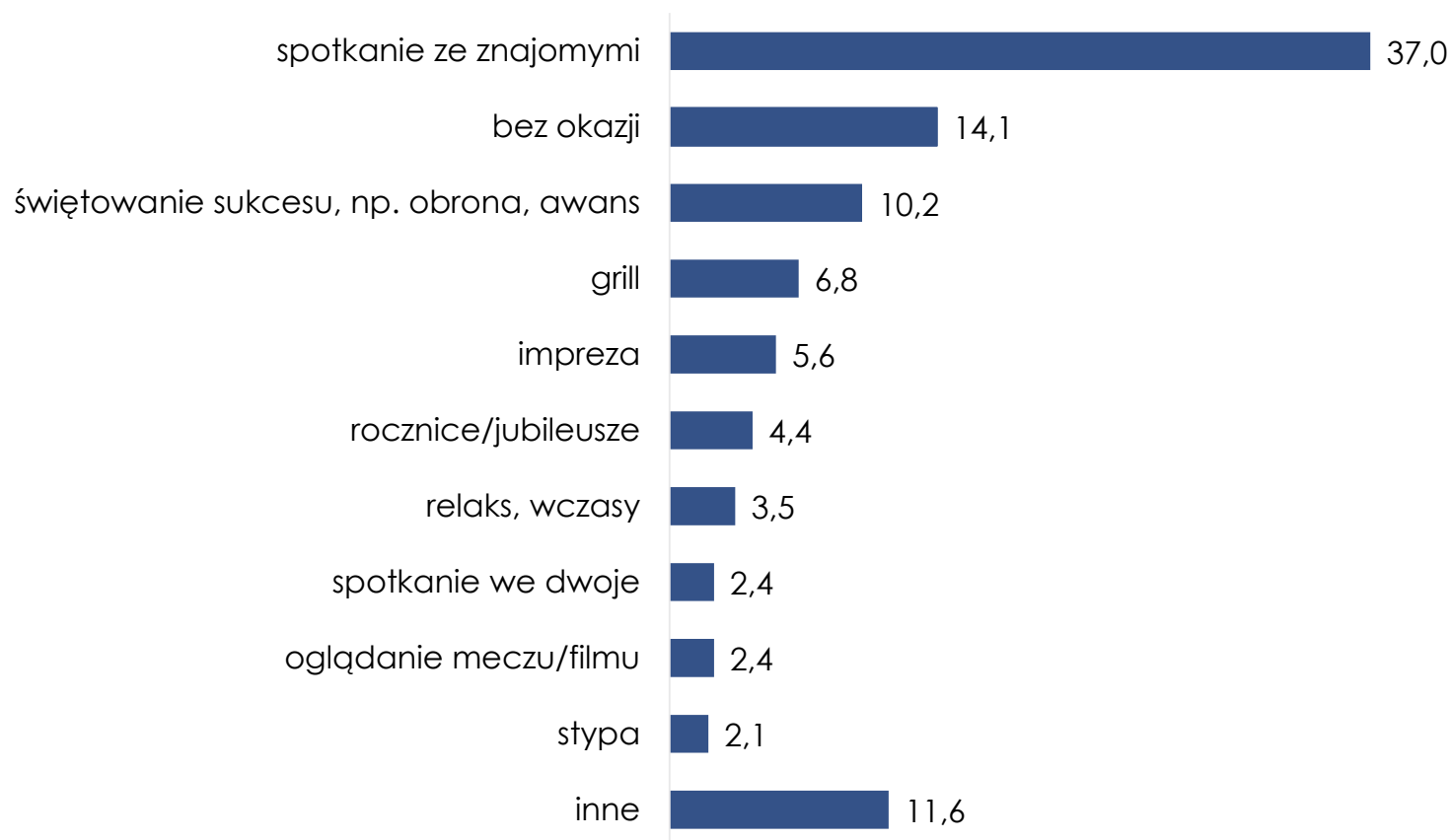
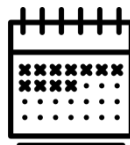
ALKOHOL JAKO PREZENT

Jak często kupujesz alkohol w ramach prezentu z poniższych okazji:



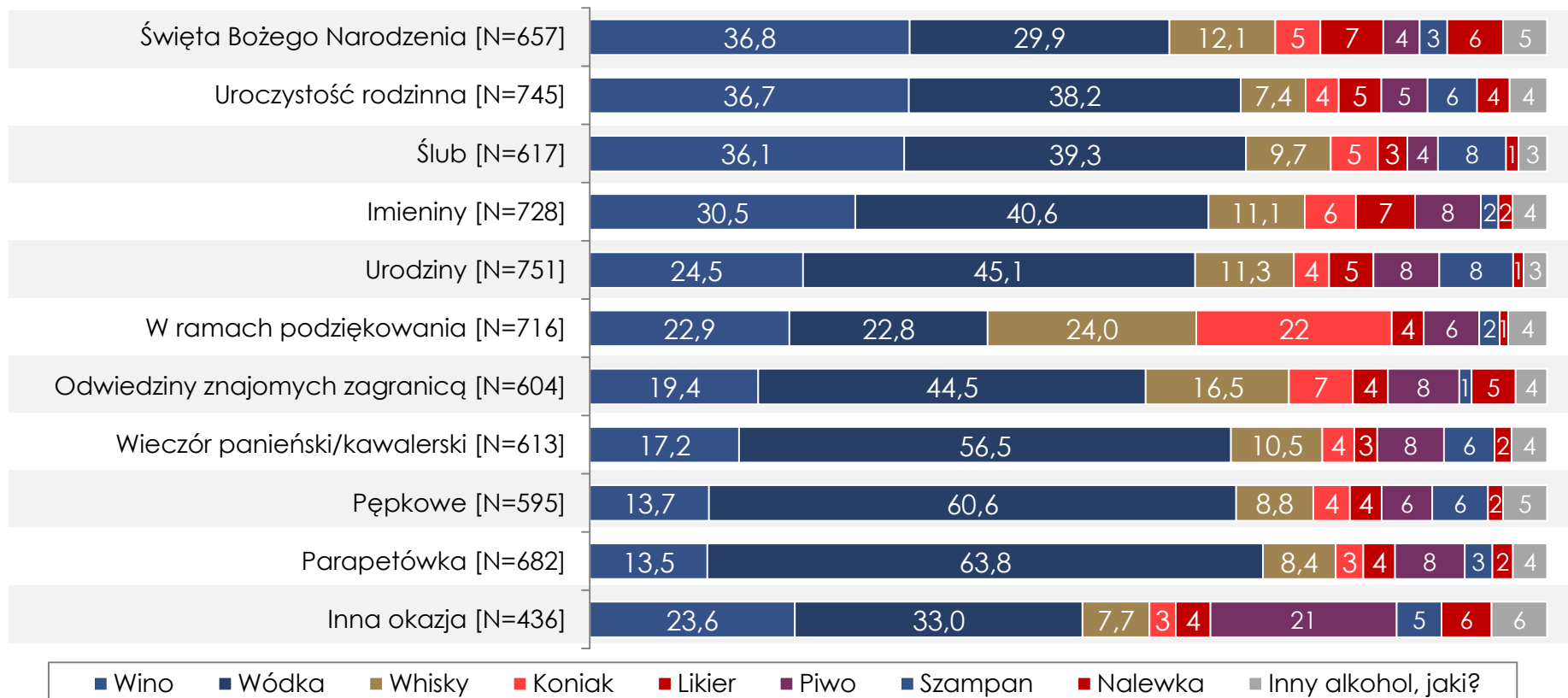
ALKOHOL JAKO PREZENT – INNA OKAZJA

Jak często kupujesz alkohol w ramach prezentu z poniższych okazji: - INNA OKAZJA, JAKA?



RODZAJ ALKOHOLU W RAMACH PREZENTU

Jaki alkohol najczęściej kupujesz w ramach prezentu z okazji poniższych okazji:



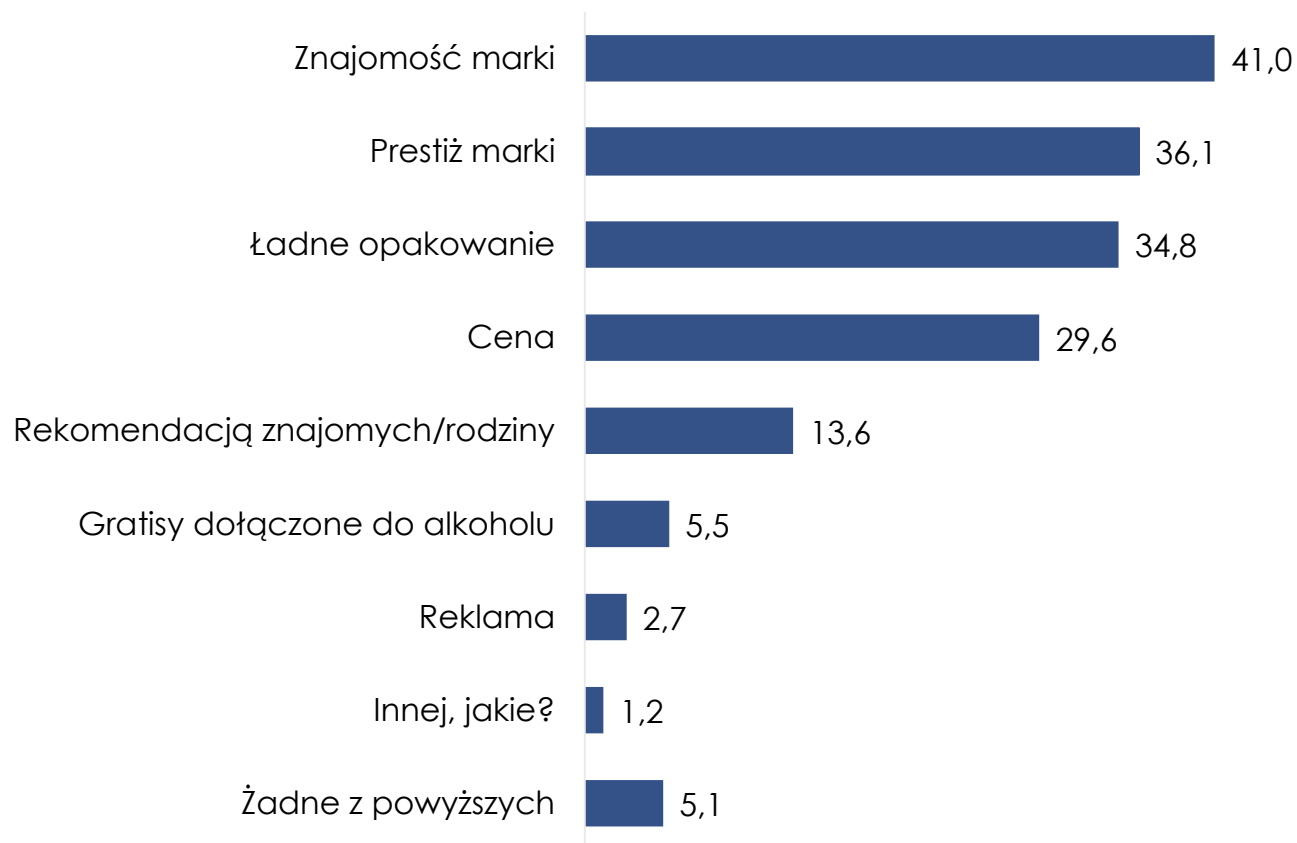
■ Wino ■ Wódka ■ Whisky ■ Koniak ■ Likier ■ Piwo ■ Szampan ■ Nalewka ■ Inny alkohol, jaki?

Pytanie skierowane od osób, które kupują alkohol jako prezent z okazji wymienionej okazji

Dane w %

ZAKUP ALKOHOLU W RAMACH PREZENTU

Które elementy najbardziej wpływają na to, że wybierasz dany alkohol jako prezent? Proszę zaznaczyć 2 najważniejsze elementy.



Możliwość wyboru max. 2 odpowiedzi

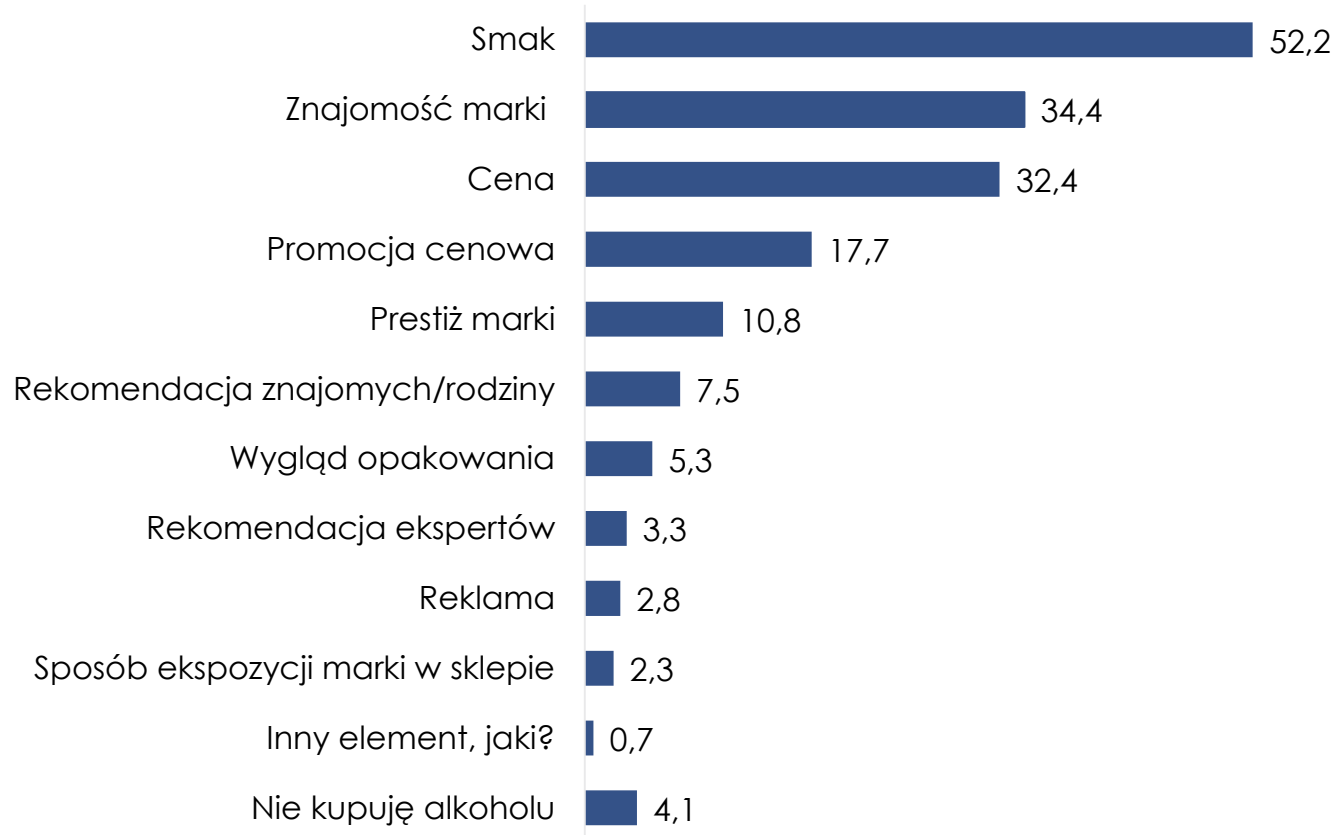
Pytanie skierowane od osób, które kupują alkohol jako prezent z okazji wymienionej okazji

Dane w %

N=785

ZAKUP ALKOHOLU NA WŁASNY UŻYTEK

Co decyduje o tym, że wybierasz dany alkohol kupując go na własny użytek? Proszę zaznaczyć 2 najważniejsze elementy.

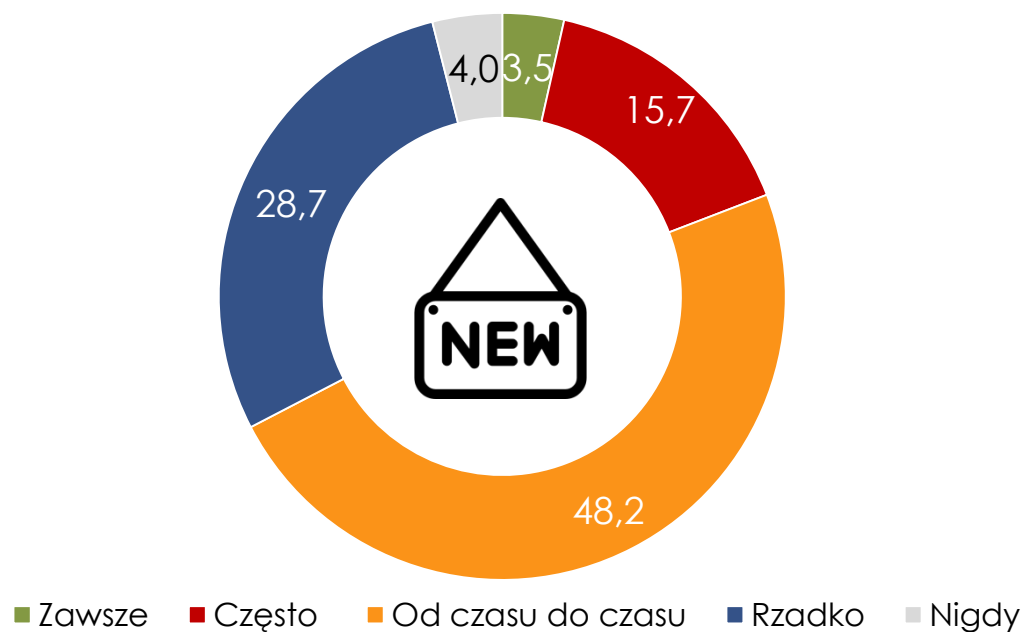


Możliwość wyboru max. 2 odpowiedzi

Dane w %
N=806

SIĘGANIE PO ALKOHOLOWE NOWOŚCI

Jak często kupując alkohol sięgasz po nowości?



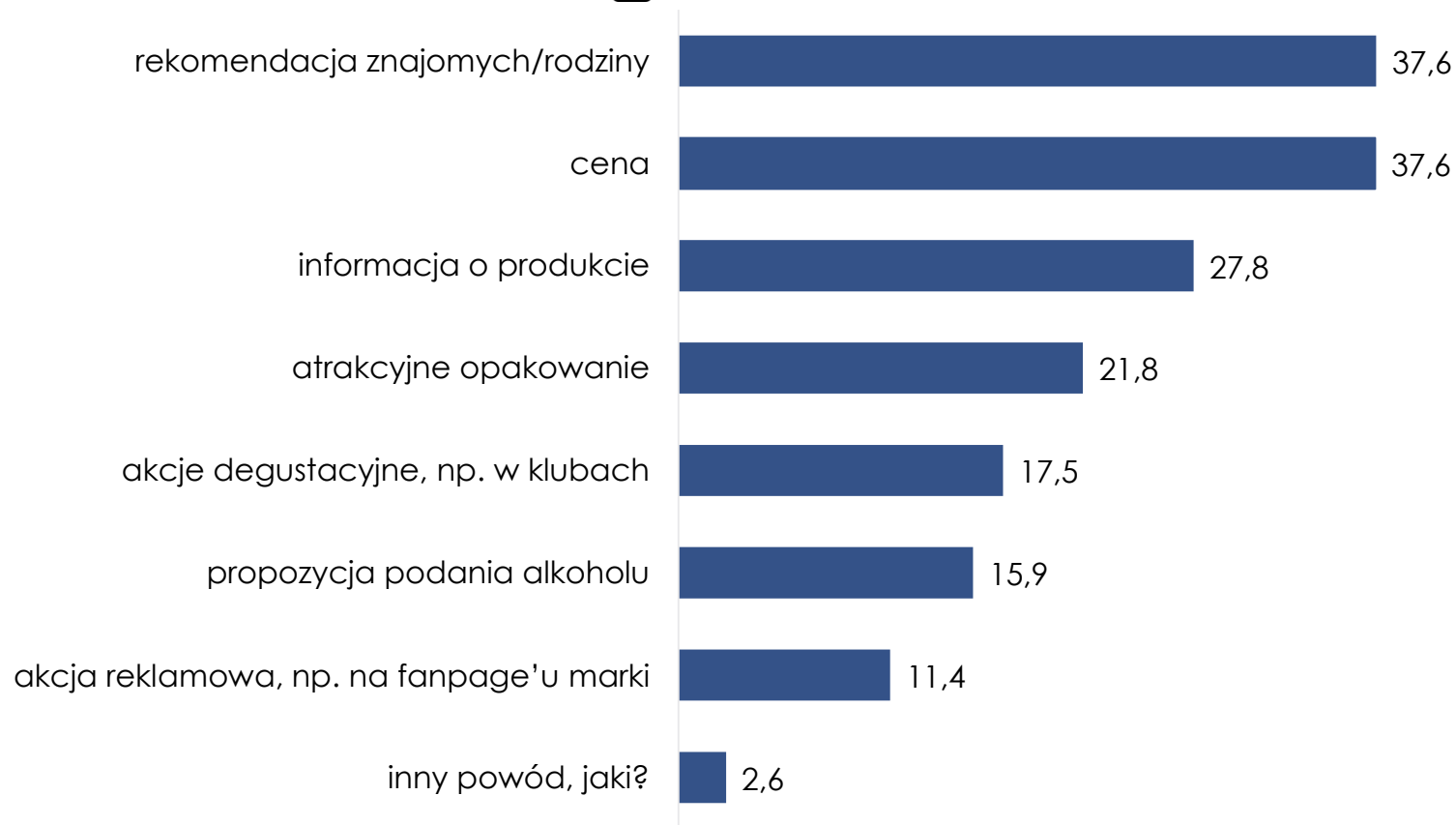
Pytanie skierowane do osób, które kupują alkohol

Dane w %

N=773

POWODY SIĘGANIA PO ALKOHOLOWE NOWOŚCI

Co skłania Cię do kupowania alkoholowych nowości?



Możliwość wyboru max. 2 odpowiedzi

Pytanie skierowane do osób, którym zdarza się kupić alkoholowe nowości

Dane w %

N=743

ŹRÓDŁO INFORMACJI NA TEMAT ALKOHOLOWYCH NOWOŚCI

Skąd najczęściej czerpiesz informacje na temat alkoholowych nowości?



Możliwość wyboru max. 2 odpowiedzi

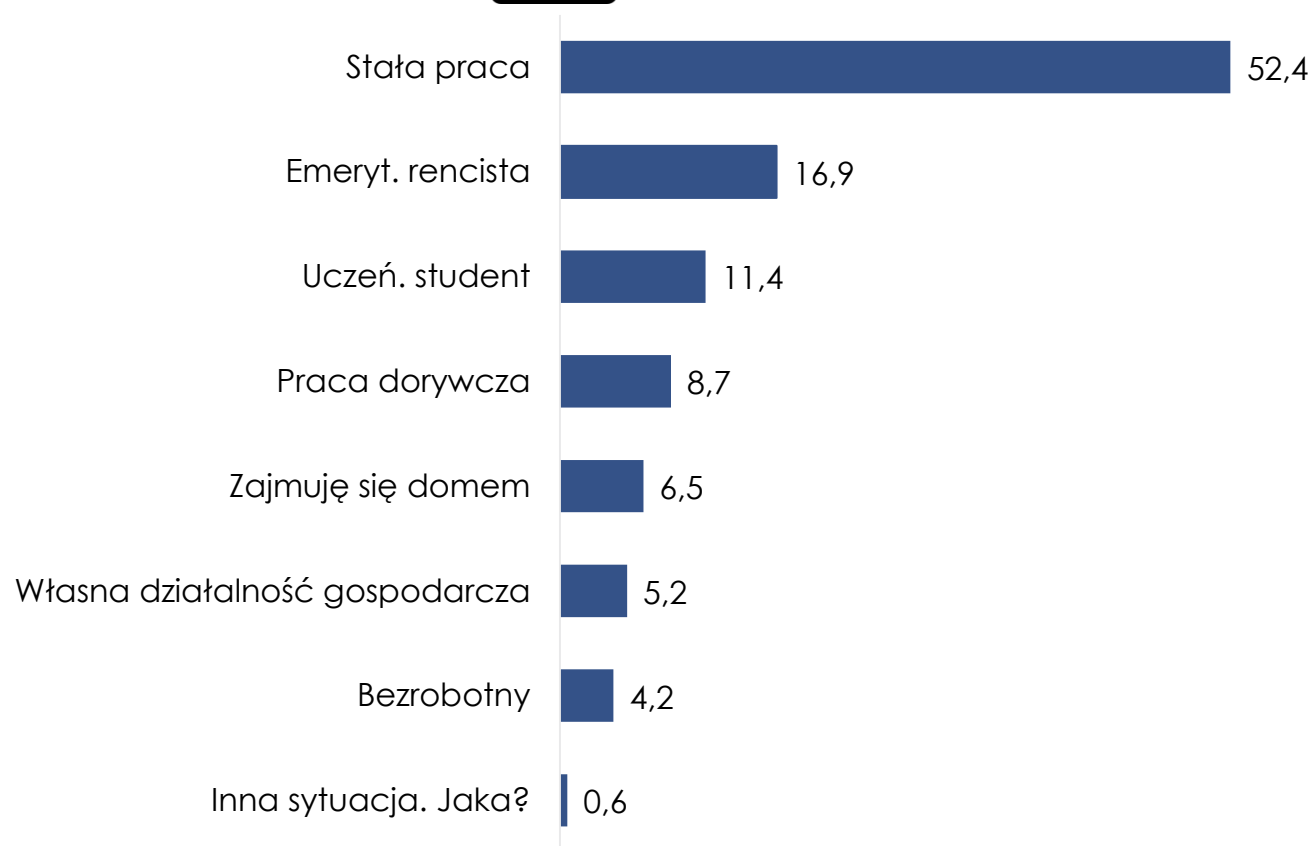
Pytanie skierowane do osób, którym zdarza się kupić alkoholowe nowości

Dane w %

N=743

AKTUALNY STATUS ZAWODOWY

Proszę zaznaczyć swój aktualny status zawodowy:



Możliwość wyboru wielu odpowiedzi

Dane w %
N=806

Struktura demograficzna



STRUKTURA DEMOGRAFICZNA



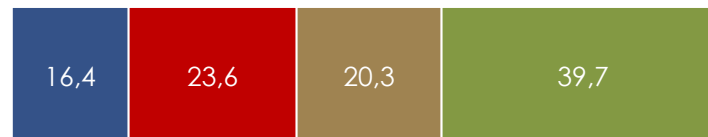
PŁEĆ



■ kobieta ■ mężczyzna

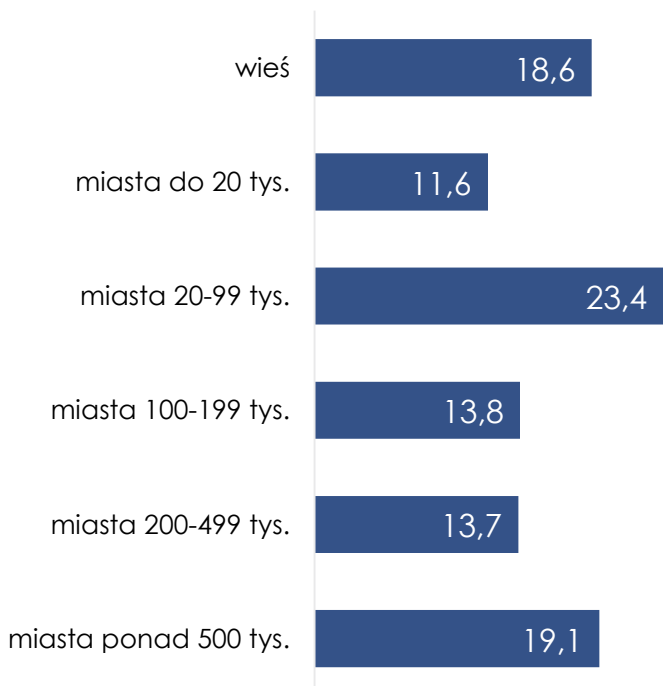


KATEGORIA WIEKOWA



■ do 24 lat ■ 25-34 lata ■ 35-49 lat ■ 50 lat i więcej

MIEJSCOWOŚĆ



WYKSZAŁCENIE



■ podstawowe/gimnazjalne ■ zasadnicze zawodowe
■ średnie ■ wyższe

MIESIĘCZNY DOCHÓD NETTO



■ poniżej 1000 PLN ■ 1001-2000 PLN
■ 2001-3000 PLN ■ 3001-5000 PLN
■ pow. 5000 PLN ■ odmowa odpowiedzi

Kontakt

Piotr Zimolzak

Zadzwoń

tel.: +48 535 987 335

Napisz

email: p.zimolzak@swresearch.pl

Emilia Mitura – Rudzka

Zadzwoń

tel.: +48 605 283 833

Napisz

email: emilia.mitura@4communication.pl



RESEARCH