

Családi étkezés (élelmiszerek családi fogyasztásra)

esettanulmány



Mennyire stabil a félkész levesek piaca, lehetséges-e egy új márka számára a belépés?

Kihívás: új márka belépése miatt felmérni, megismerni a félkész levesek komplex piacát megkülönböztetve az egyes leves típusokat

Megközelítés: TGI adatok átfogó elemzése, fókuszálva a különféle instant leves kategóriákra, a legnagyobb márkákra

Insight: A különböző típusú, kiszerelésű levesek fogyasztói bázisa hasonló. Bár a piacot dominálja a két legnagyobb márka, a Knorr és a Maggi, az átlagos félkész leves fogyasztói alapvetően nyitott az újdonságok, az új élelmiszerek, új márkák irányába, így a piacra való belépés nem nehéz.

Hatás: piacszegmentáció segítségével optimalizált célcsoport meghatározás, mely a célcsoportnak megfelelő kommunikációs stratégia kidolgozása a piacra lépni szándékozó új márka számára.



Félkész leves típusok fogyasztói bázisa



instant leves



24%

1,841
ezer fő



instant snack keves



15%

1,121
ezer fő



konzerv/üveges/poharas leves



8%

580
ezer fő



zacskós főzős leves



29%

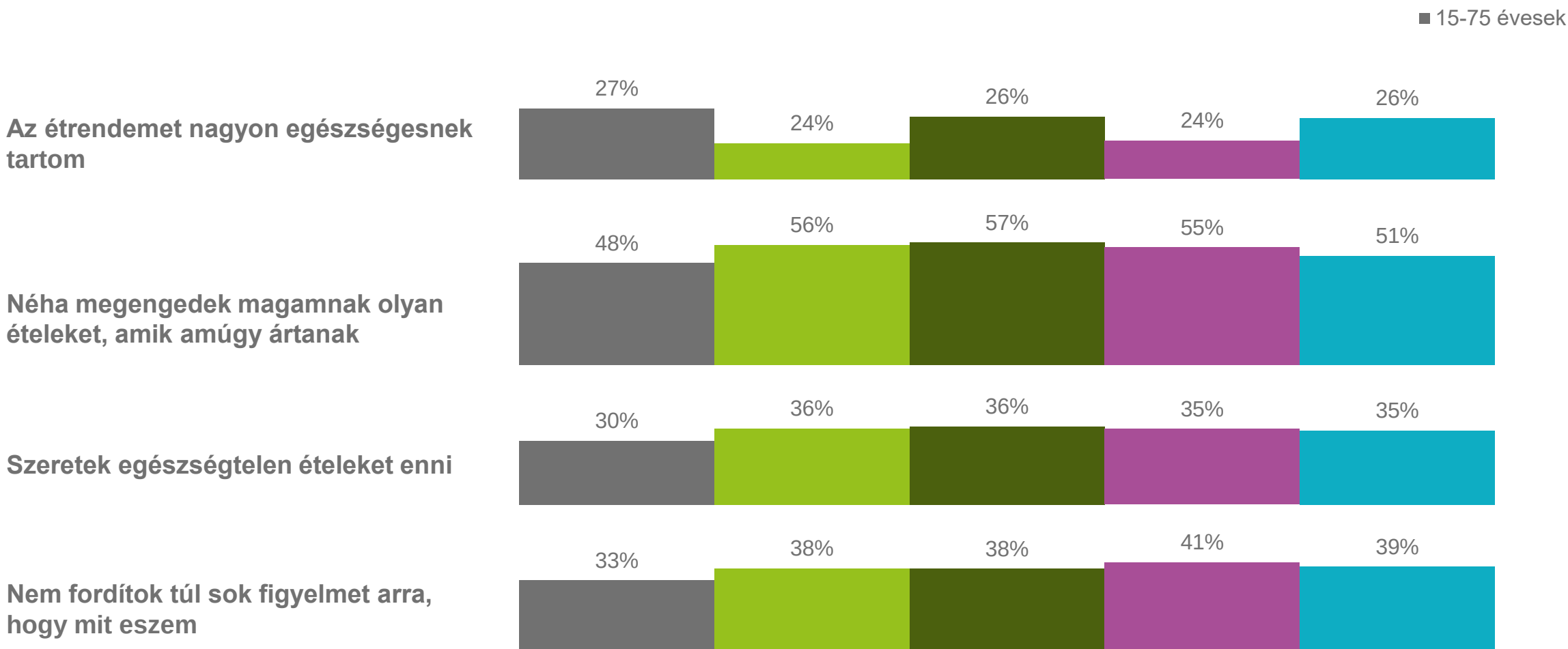
2,250
ezer fő

Instant és zacskós főzős levesek fogyasztása az egyes demográfiai csoportokban

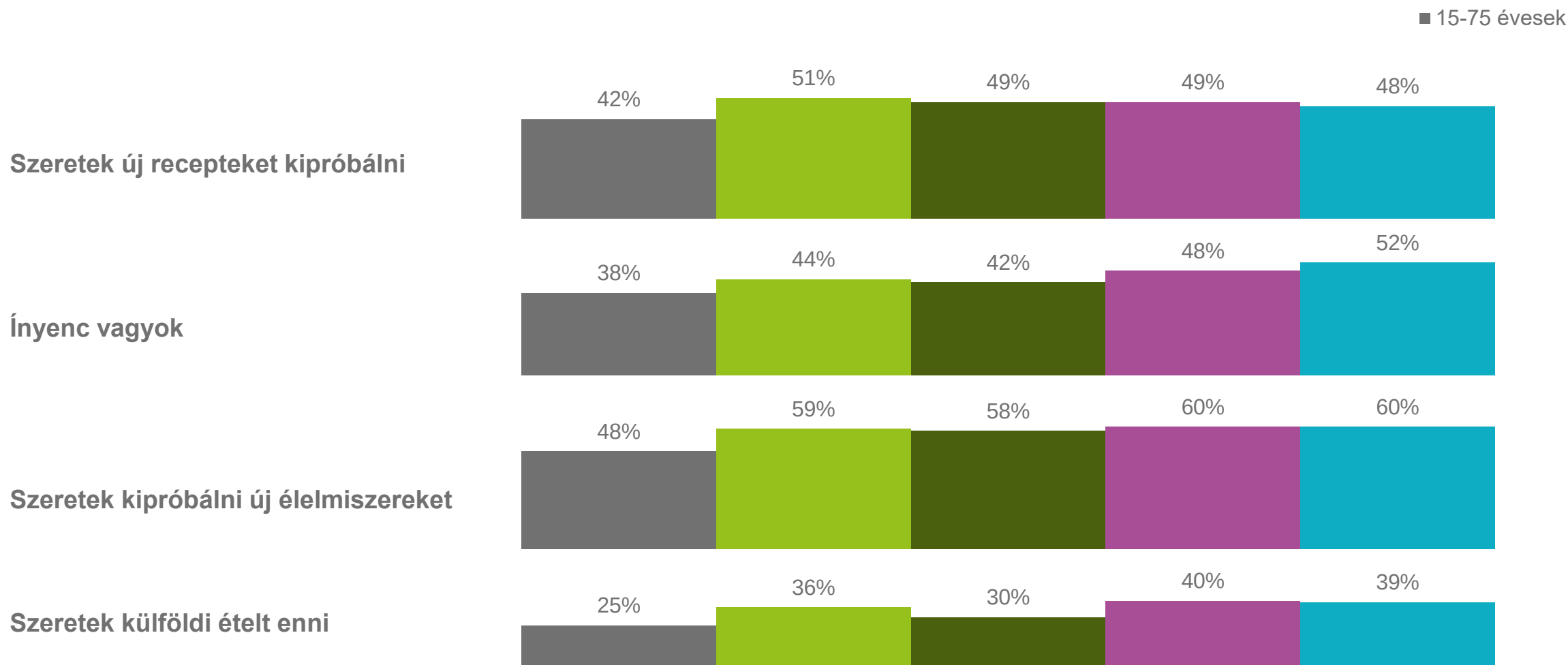
Legnépszerűbb félkész leves típusok százalékos fogyasztási aránya az egyes szocio-demográfiai csoportokon belül



Egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdök a különböző félkész leves típusok fogyasztói körében – szemléltető példák

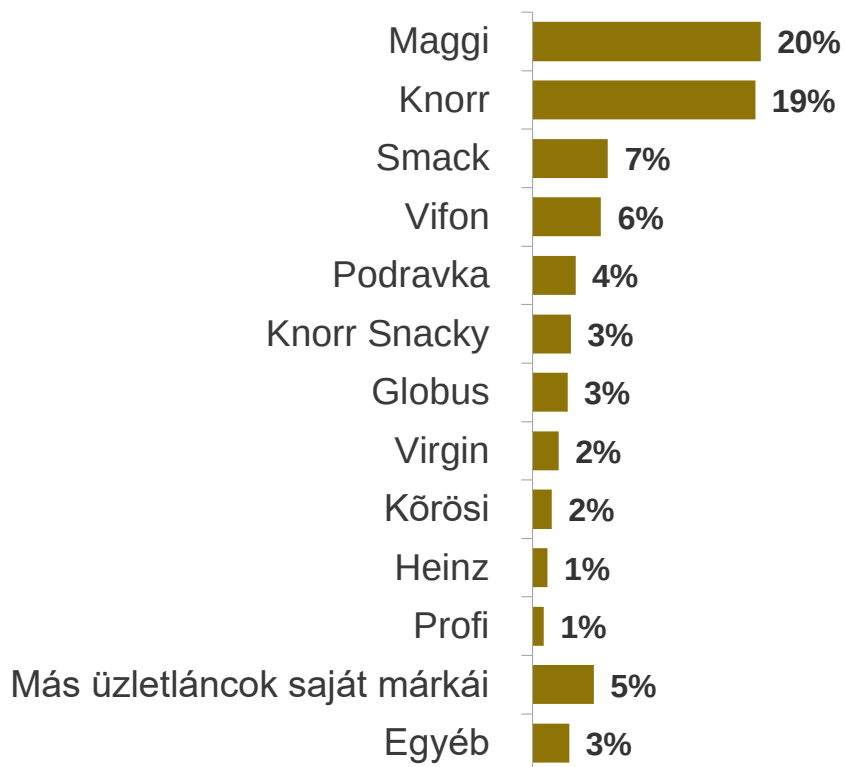


Újdonságokkal, különleges ételekkel kapcsolatos attitűdök a különböző félkész leves típusok fogyasztói körében – szemléltető példák

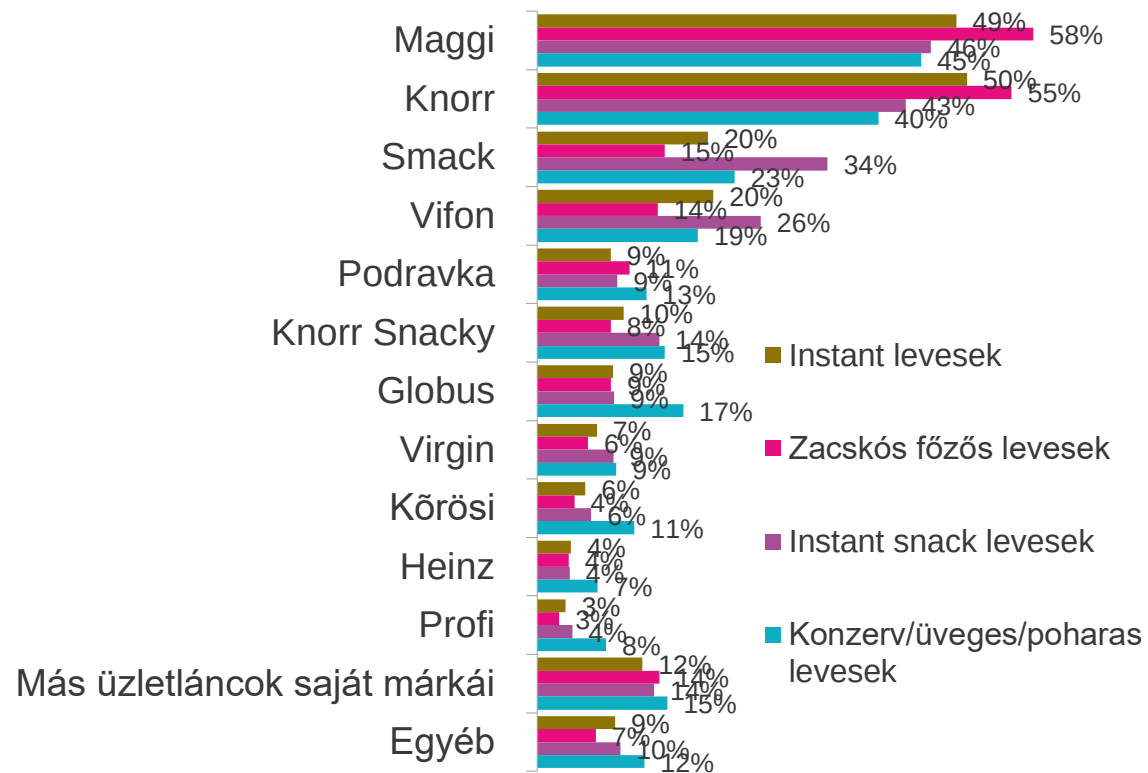


Legnépszerűbb márkák a félkész levesek piacán

Legnépszerűbb félkész leves márkák



Legnépszerűbb félkész leves márkák a különböző félkész leves típusok fogyasztói körében



Knorr és Maggi: fogyasztás az egyes demográfiai csoportokban

Fogyasztók százalékos aránya
az egyes szocio-demográfiai csoportokon belül

