

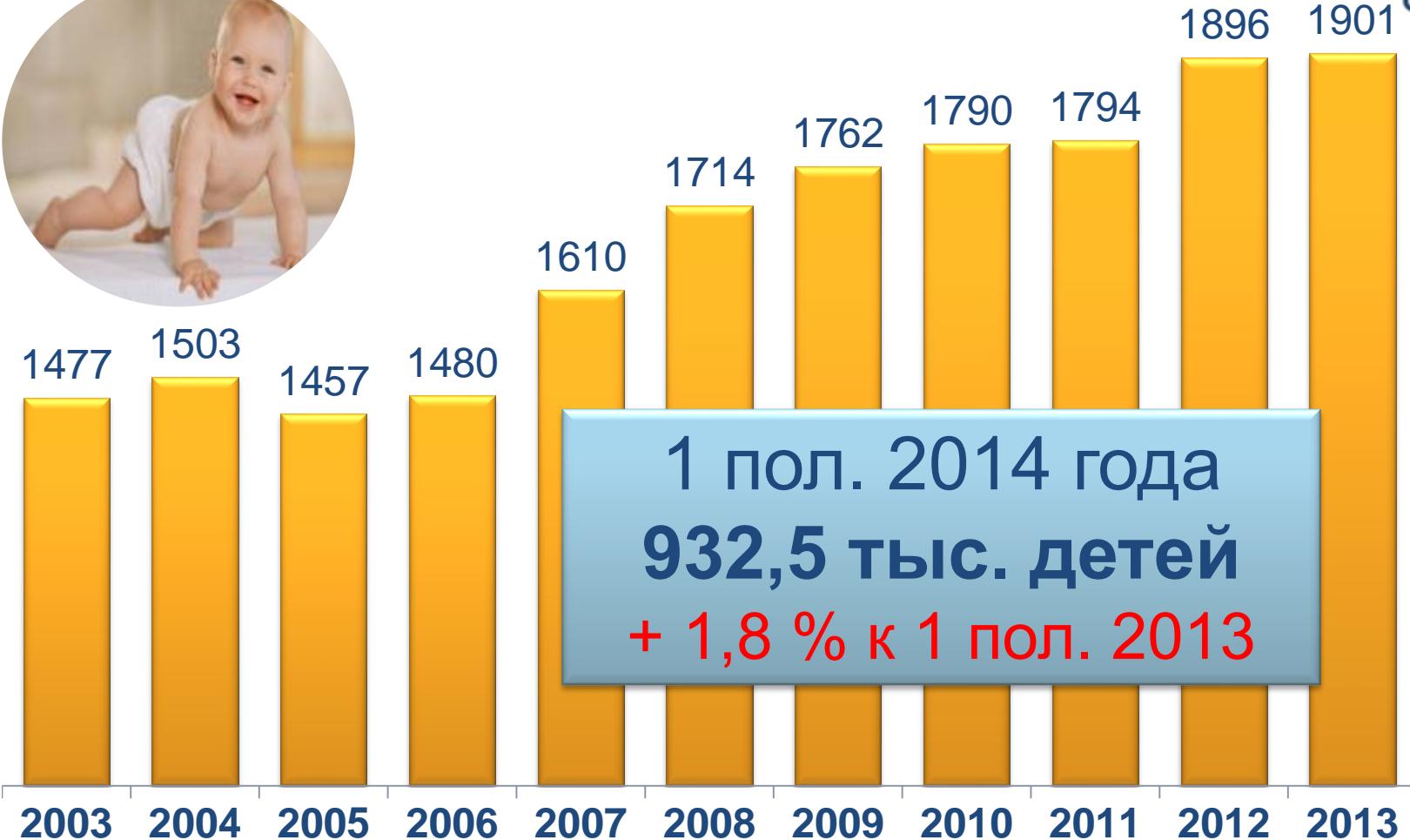
Развитие бренда в условиях турбулентности: рынок детских товаров

Х ежегодная конференция Synovate Comcon
в рамках выставки МИР ДЕТСТВА

Сентябрь 2014



Рост рождаемости замедлился, но продолжается



База: все население России

Источник: Федеральная служба государственной статистики

Число родившихся
(тыс. человек)

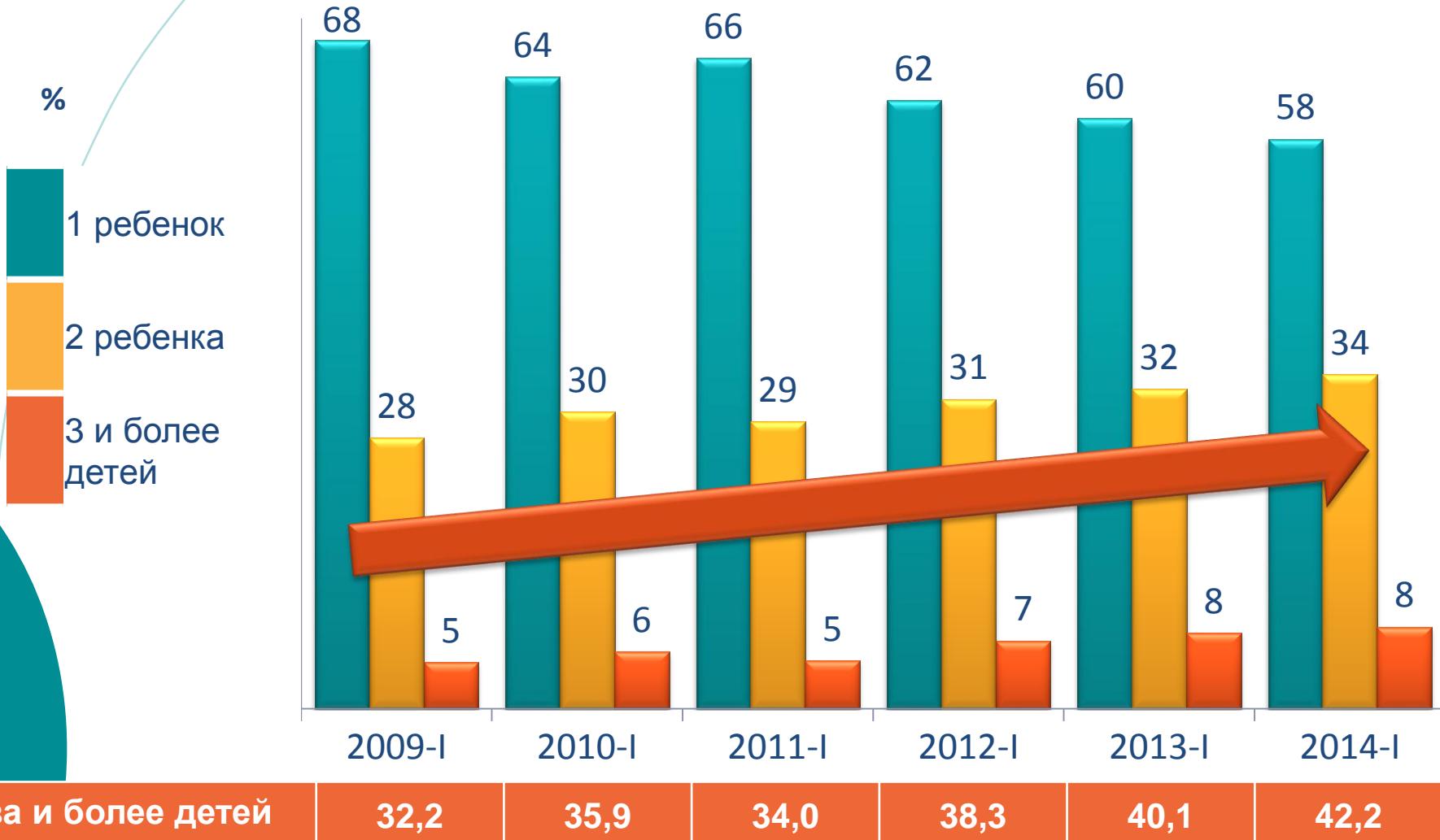
Дети до 4 лет – самая многочисленная группа



База: все население России

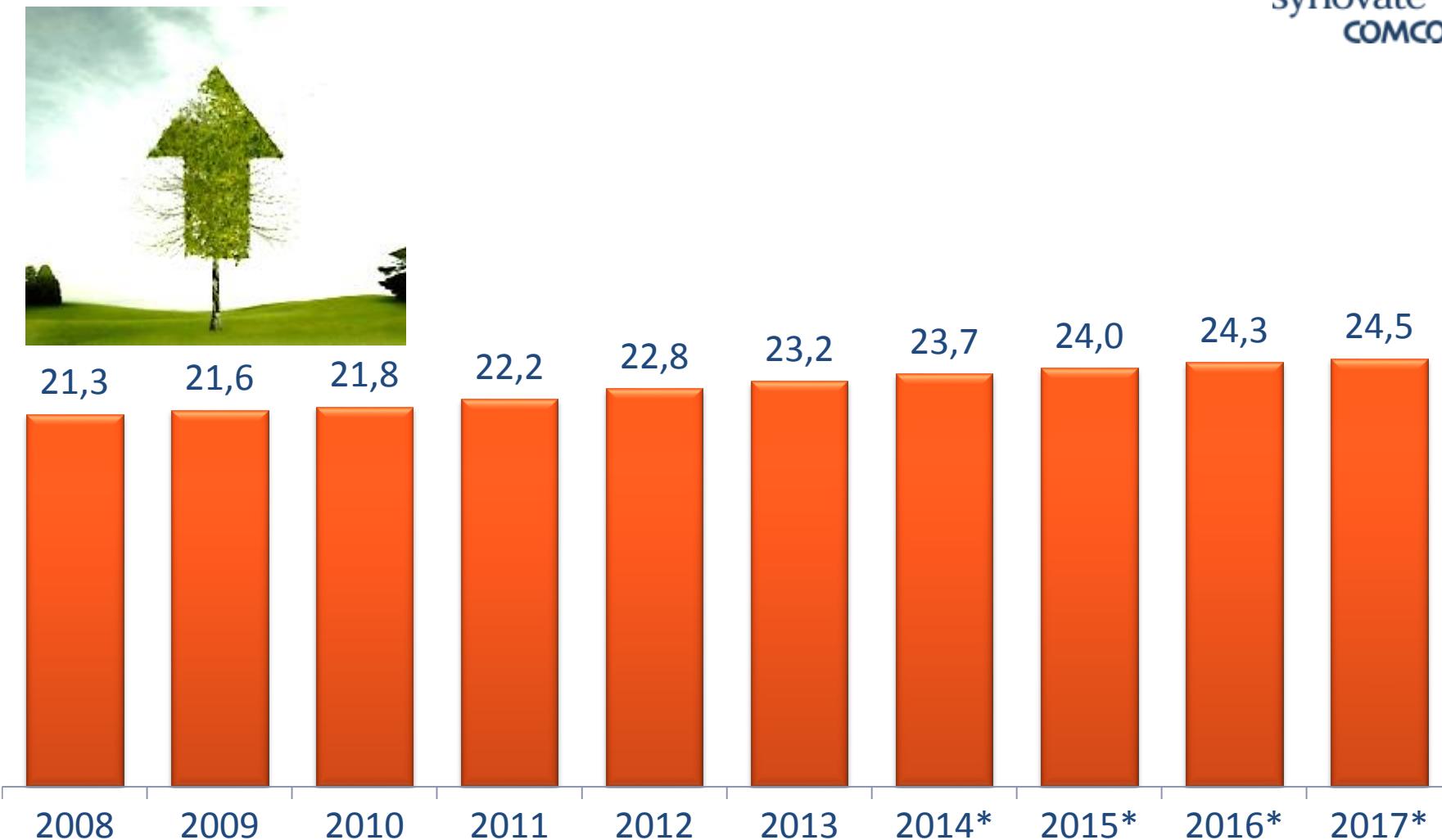
Источник: Федеральная служба государственной статистики

Больше вторых и третьих детей



База: мамы с детьми до 4 лет, города-миллионники
Источник: Baby Index, 2008-2013

Численность детей будет расти



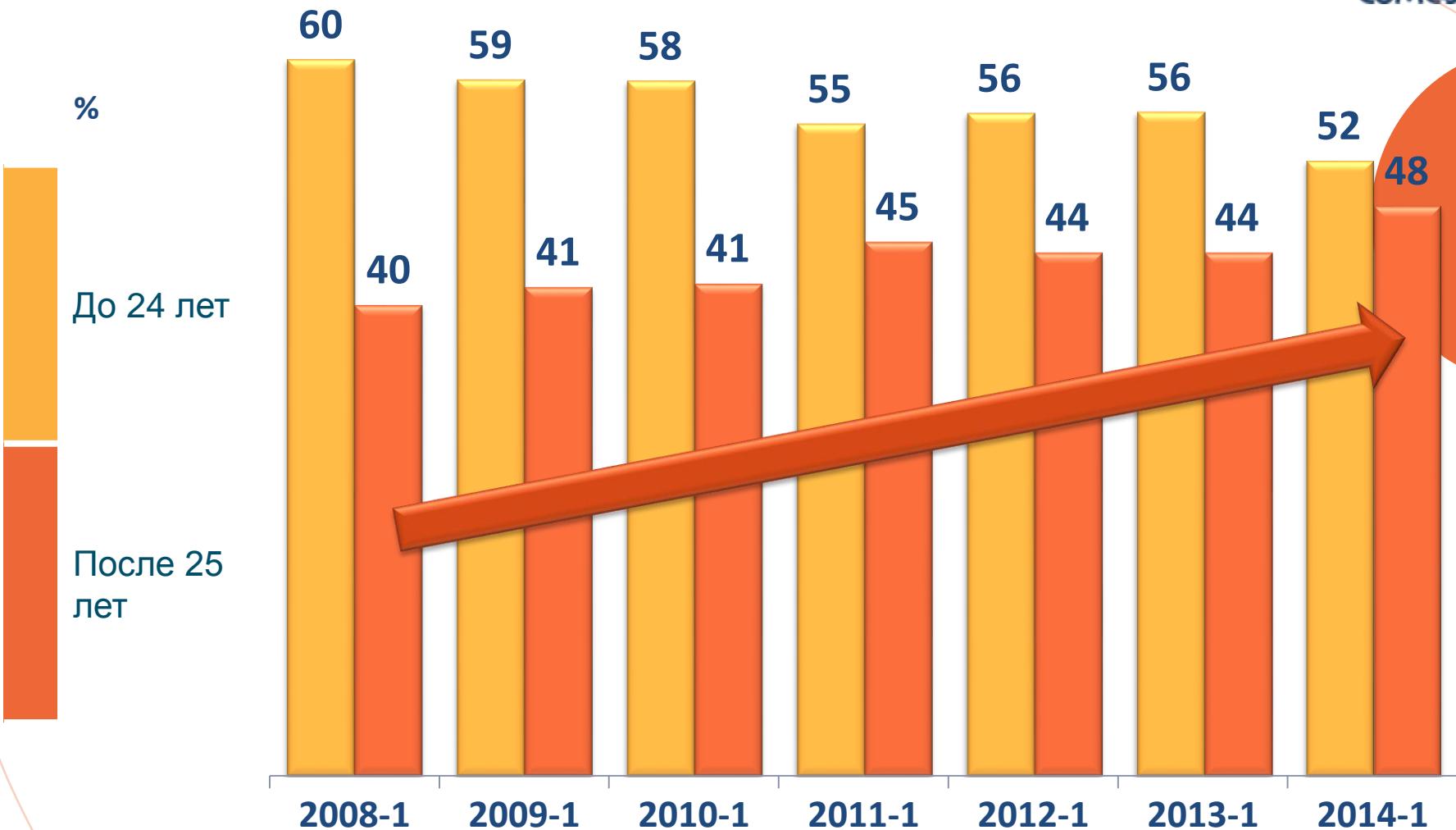
База: все население России

Источник: Федеральная служба государственной статистики,
прогноз Synovate Comcon



Дети 0-14 лет, млн. чел

Идеальный возраст для первого ребенка

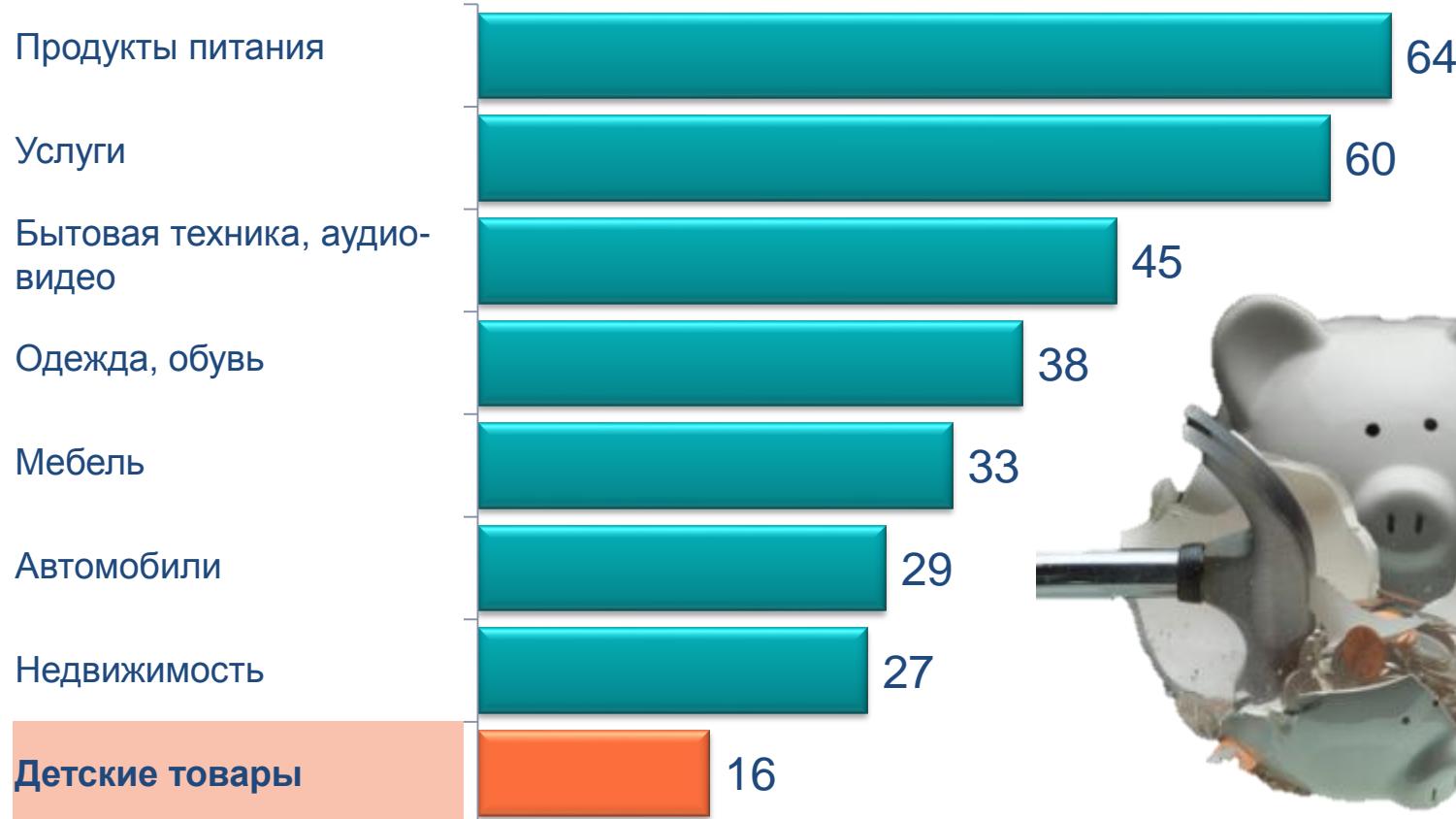


База: мамы с детьми до 4 лет, города-миллионники

Источник: Baby Index, 2008-2014

На детях не экономят

Экономили, %



Экономили: перестали покупать или отложили покупку, стали покупать меньше, стали покупать более дешевые виды товаров в этой категории

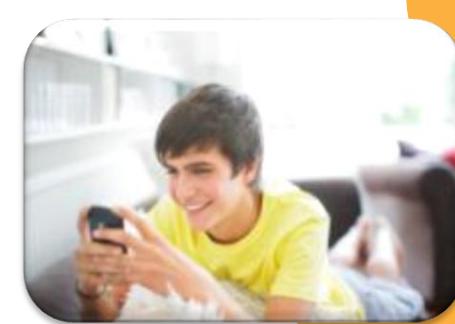
База: города 100,000+

Источник: РосИндекс, 2009-2 кв., Synovate Comcon

Игра в салочки: как успеть за цифровым поколением?



Особенности возраста

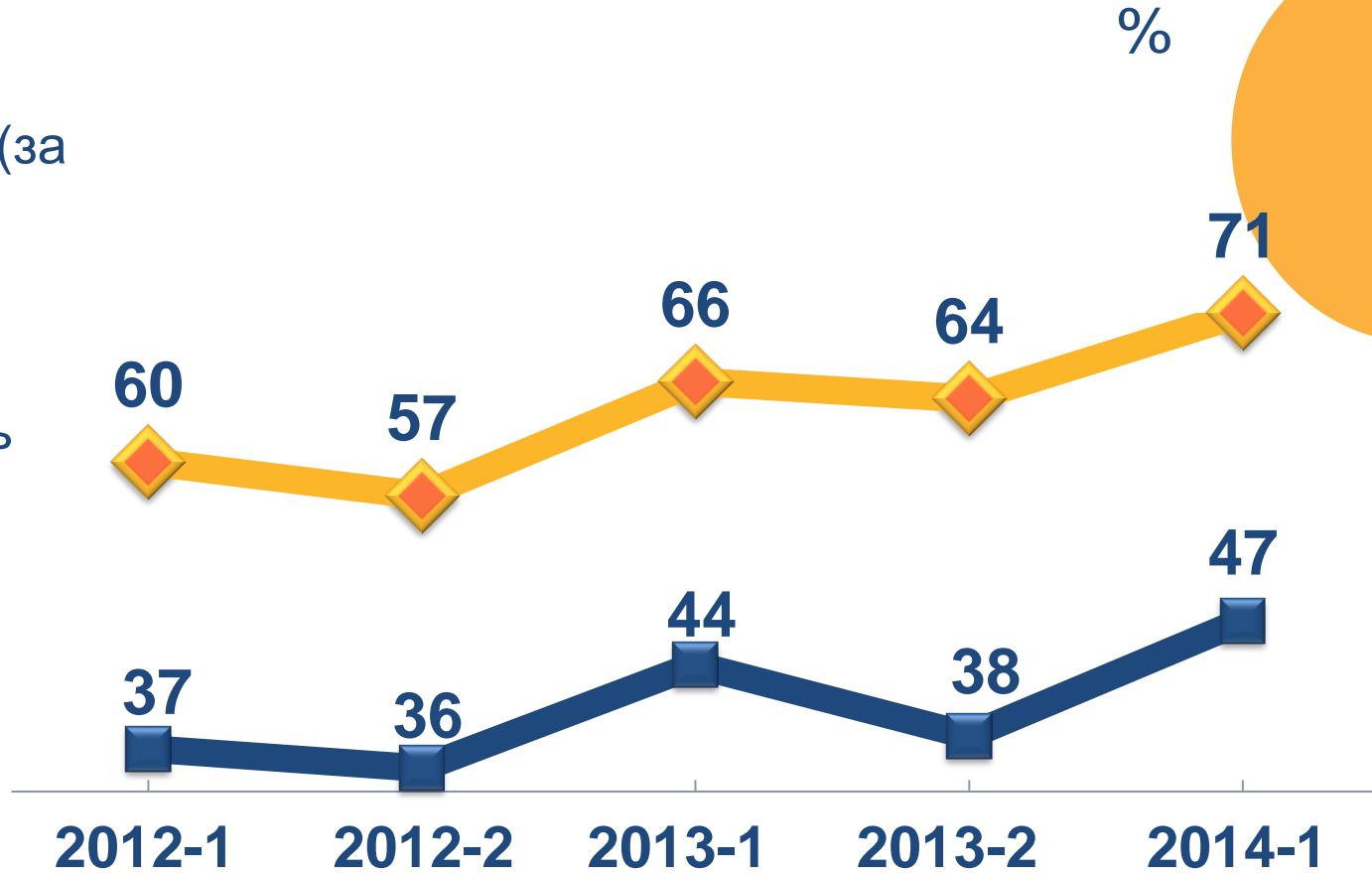


4-6 лет	7-9 лет	10-12 лет	13-15 лет
Мама и папа – все, что мне нужно	Мир намного больше, чем я думал раньше	Я хочу стать таким (такой) как мои родители	Я могу сам принимать решения, не советуясь с родителями

Цифровое поколение

synovate
COMCON

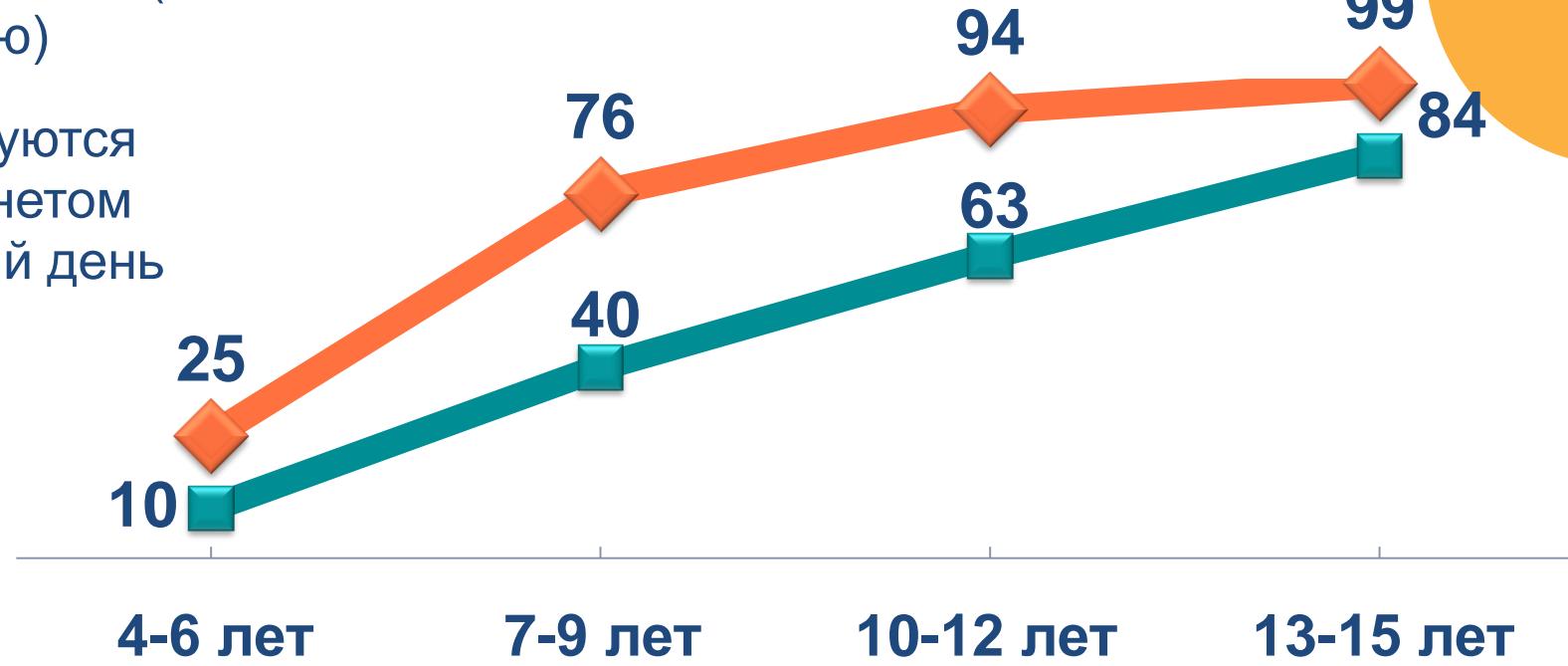
- ◆ Пользуются интернетом (за неделю)
- Пользуются интернетом каждый день



Дети пользуются интернетом каждый день

synovate
COMCON

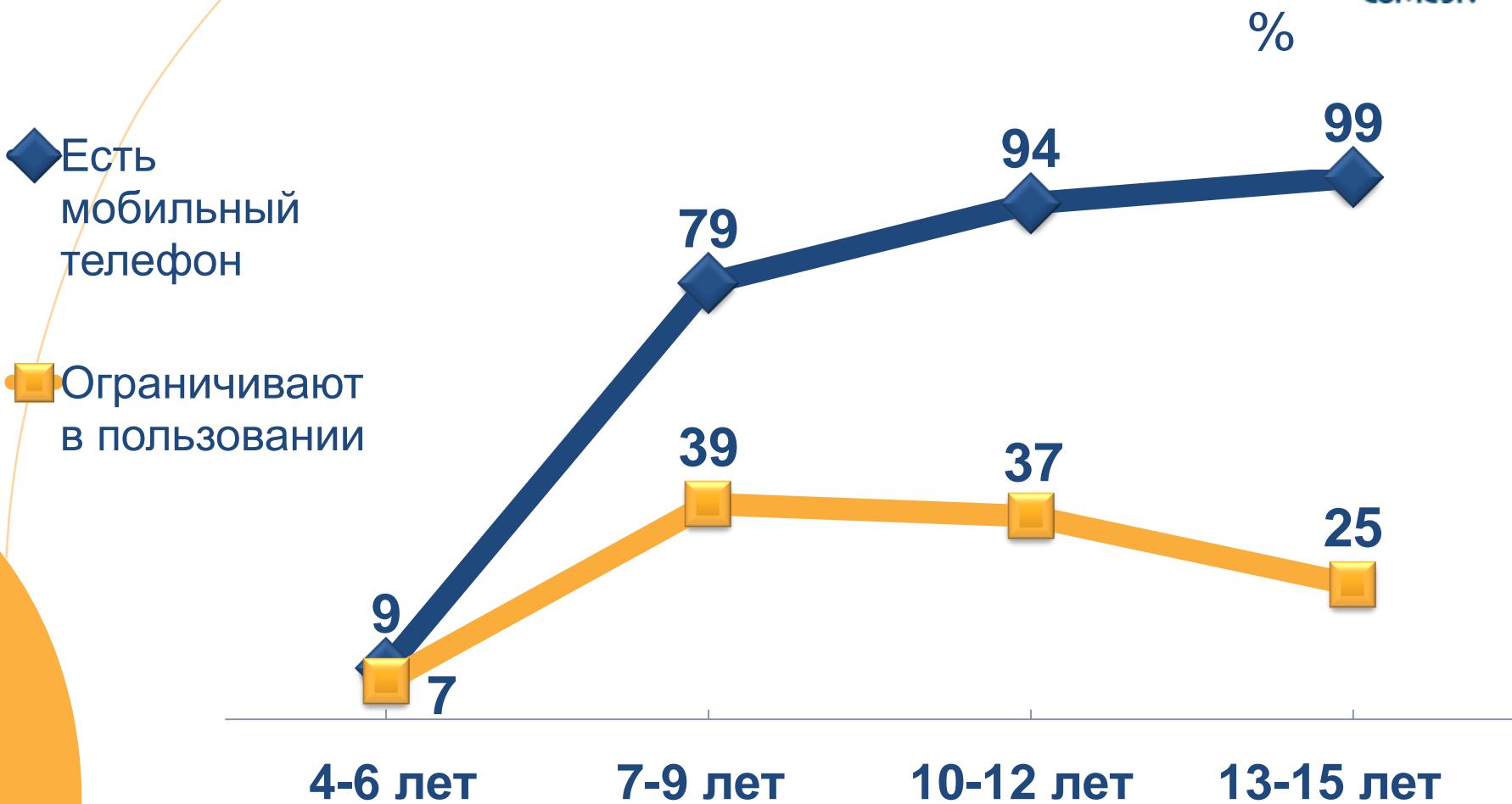
- ◆ Пользуются интернетом (за неделю)
- Пользуются интернетом каждый день



База: дети 4-15 лет, города-млн. (1427)
Источник: Новое Поколение 1 полугодие 2014

Использование и ограничения

Мобильный телефон



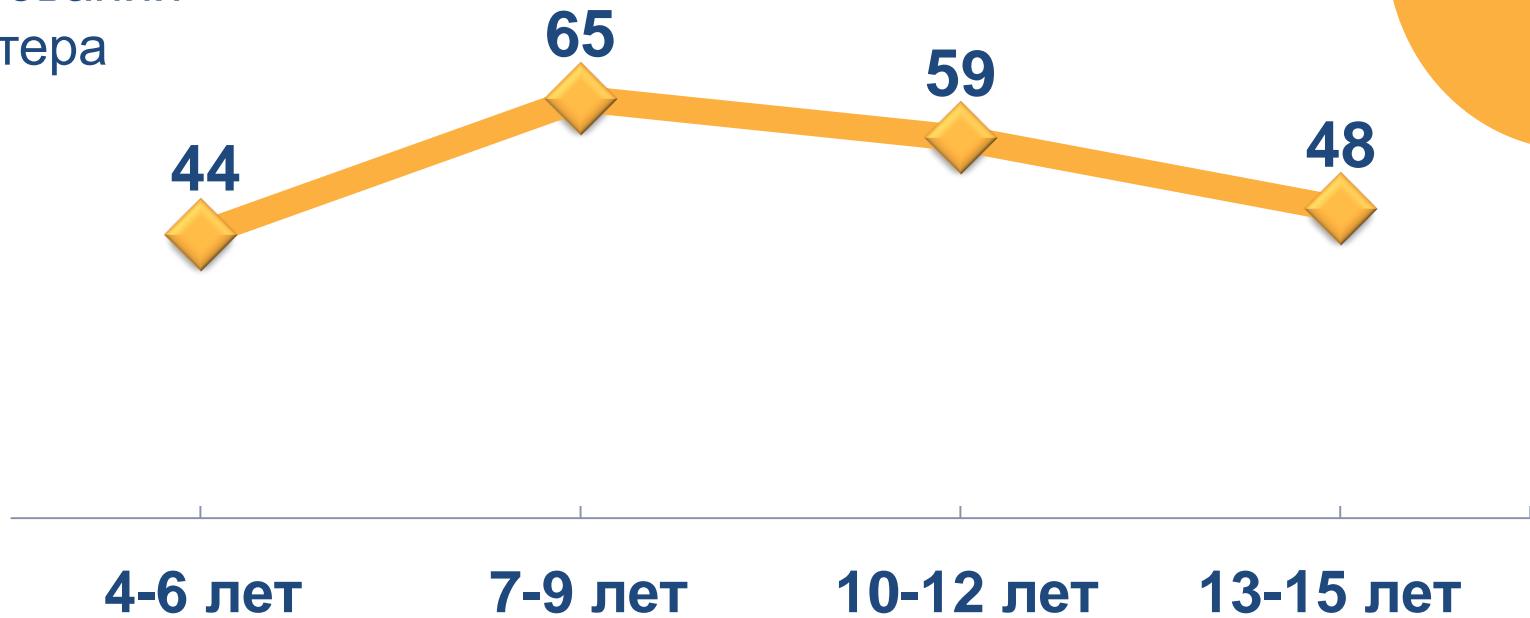
База: дети 4-15 лет, города-млн. (1427)
Источник: Новое Поколение 1 полугодие 2014

Ограничения использования Компьютер

synovate
COMCON

%

◆ Ограничивают в
использовании
компьютера



База: дети 4-15 лет, города-млн. (1427)
Источник: Новое Поколение 1 полугодие 2014

Ограничения родителей

Компьютер



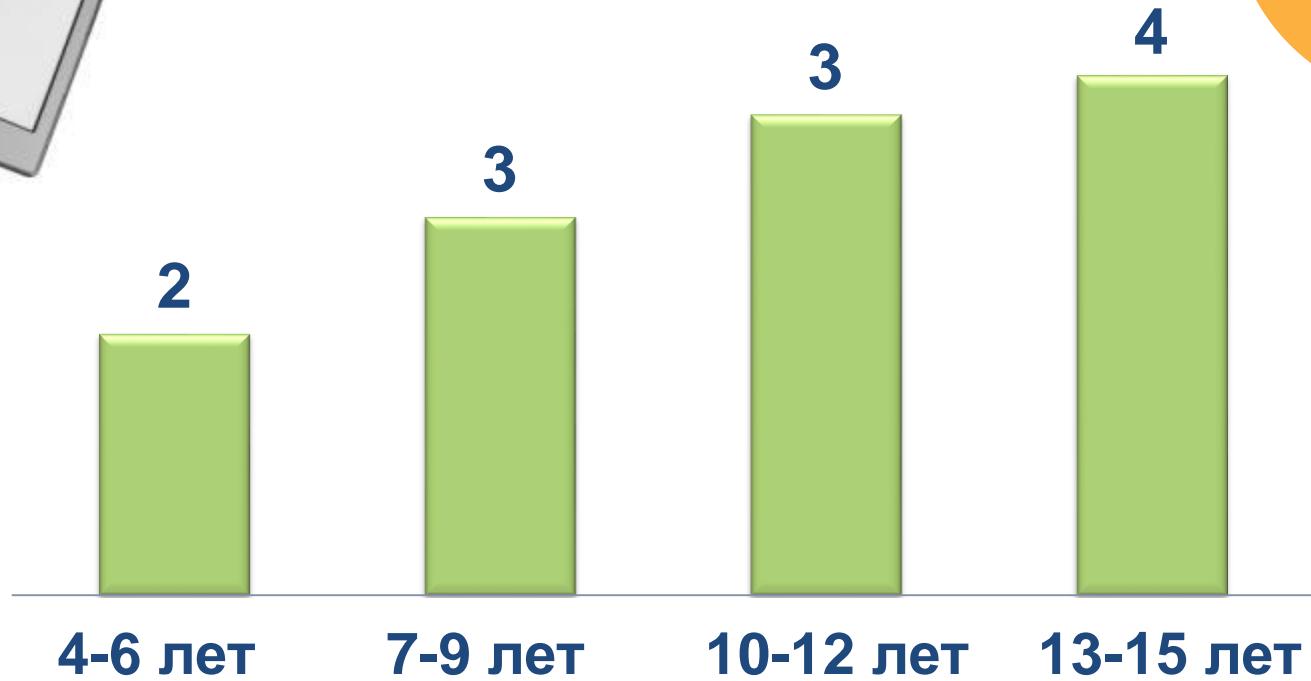
%



База: дети 7-15 лет, города-млн., ответившие на вопрос (626)

Источник: Новое Поколение 1 полугодие 2014

Количество собственных гаджетов



Социальные сети



62% детей 7-
15 лет
пользуются
социальными
сетями



База: дети 7-15 лет, города-млн., пользуются социальными сетями (674)

Источник: Новое Поколение 1 полугодие 2014

Цифровые игры



%

Игры для мобильных устройств



Онлайн-игры в социальных сетях



Другие браузерные игры



Предустановленные онлайн-игры



Компьютерные игры без выхода в Интернет



Игры для домашних или портативных приставок



База: дети 7-15 лет, города-млн. (1076)
Источник: Новое Поколение 1 полугодие 2014

Ход конем – выбор лицензионного героя



Покупатели лицензионных товаров

%

Покупатели лицензионных товаров

До 4 лет 73

4-6 лет 78

7-9 лет 73

10-12 лет 61

13-15 лет 43

**Средние затраты
на лицензионный
товары за 6 мес. –
1180 руб.**

Основные причины для покупки лицензионных товаров

Ребенку понравился герой или фильм, мультфильм

48

Хорошее качество товара

22

Хороший дизайн, внешний вид товара

15

Доступная цена

13

Взрослому понравился герой или фильм, мультфильм

6



Популярные телепередачи

Топ-10, дети 4-9 лет

%



Цена – основное препятствие для покупки лицензионного товара

% Почему не покупаете лицензионные товары

Лицензионная продукция
дороже обычной

31

Мой ребенок равнодушен к
товарам с персонажами

26

Низкое качество товаров

21

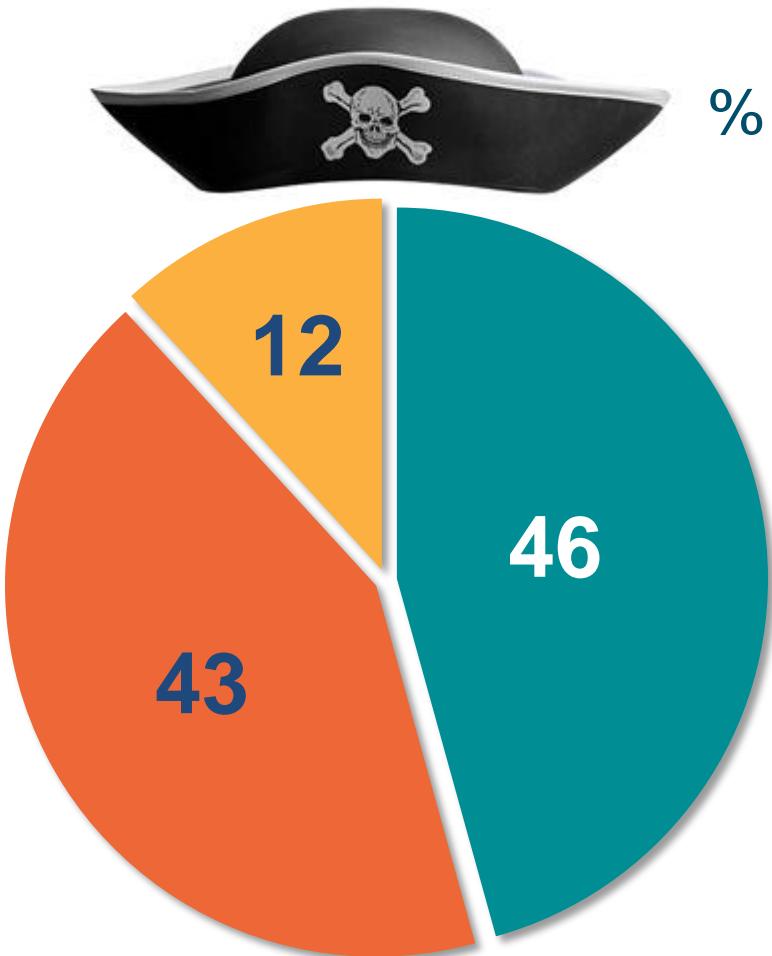
Нет категорий товаров, которые
я хотела бы приобрести

15



Отношение к контрафакту

-  Я **иногда** покупаю контрафактные товары, если цена ниже, чем у других
-  Я стараюсь **никогда не** покупать контрафактные товары, даже ради экономии
-  Я **всегда** предпочту купить контрафактный товар, если цена будет ниже, чем у оригинала



Упаковка и место покупки помогают отличить контрафакт от оригинала

Способы избежать покупки контрафактных товаров %

Внимательно рассматривают товар, читаю надписи, ярлыки на товаре и на упаковке



Покупают товары только в проверенных магазинах



Если качество самого товара хорошее, считают, что это оригинальный товар



Стараются узнать мнение других, прежде чем что-то купить



Если цена товара сравнительно высокая, считают, что это оригинальный товар



OnLife

Перспективы развития
онлайн-торговли на
детском рынке



Покупки детских товаров в Интернете

Совершали покупки в
Интернете за 3 мес.



12 млн.
чел.
(Май 2013)

11 млн.
чел.
(Декабрь 2013)

16 млн.
чел.
(Май 2014)

Приобретали детские
товары



2,5 млн.
(Май 2013)

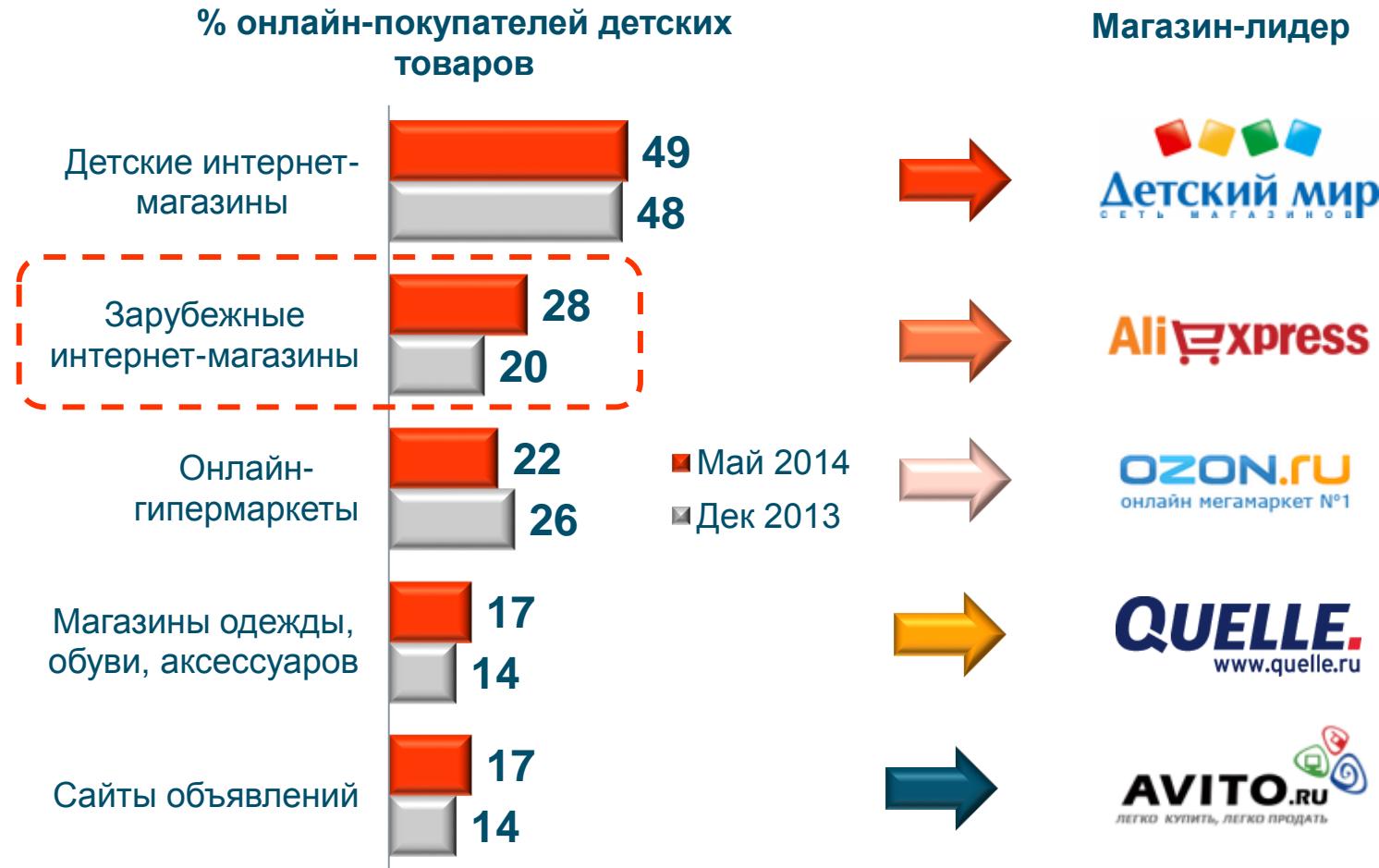
2,5 млн.
(Дек 2013)

2,7 млн.
(Май 2014)



Источник: OnLife 2013-1,2, 2014-1

Места покупок товаров для детей



База: Россия, интернет-покупатели детских товаров за последние 3 месяца, 16-54
Источник: OnLife 2013-2, 2014-1

Что именно покупают?

% онлайн-покупателей детских товаров



База: Россия, интернет-покупатели детских товаров за последние 3 месяца, 16-54

Источник: OnLife 2014-1

Публикация отзывов



37% онлайн-покупателей детских товаров публиковали отзывы о товаре или интернет-магазинах



83%
публиковали
отзывы о
купленном
товаре



29%
публиковали
отзывы об
интернет-магазине

Критерии выбора интернет-магазина детских товаров

Возможность покупки на выбор/ примерки товаров



Цена товара



Проведение регулярных распродаж и стимулирующих акций



Сроки доставки



Максимально полная информация о товаре



Комплекс исследований детского рынка

Synovate Comcon



РосИндекс



Опрос населения городов
России 100+, старше 10 лет

Baby Index



Предпочтения мам с детьми до
4-х лет

Новое поколение



Исследование стиля жизни
детей и подростков 4-15 лет

OnLife



Исследование интернет-
поведения и онлайн-покупок

Medi-Q



Опрос педиатров

Pharma-Q



Опрос фармацевтов

Давайте работать вместе!



Юлия Быченко
Директор по исследованиям
Synovate Comcon

bychenko@comcon-2.com