

Сегментация рынка чипсов «Lay's»



Выполнила:
Жолаушибаева Айдана
Группа:
2Э102

Целевая Аудитория

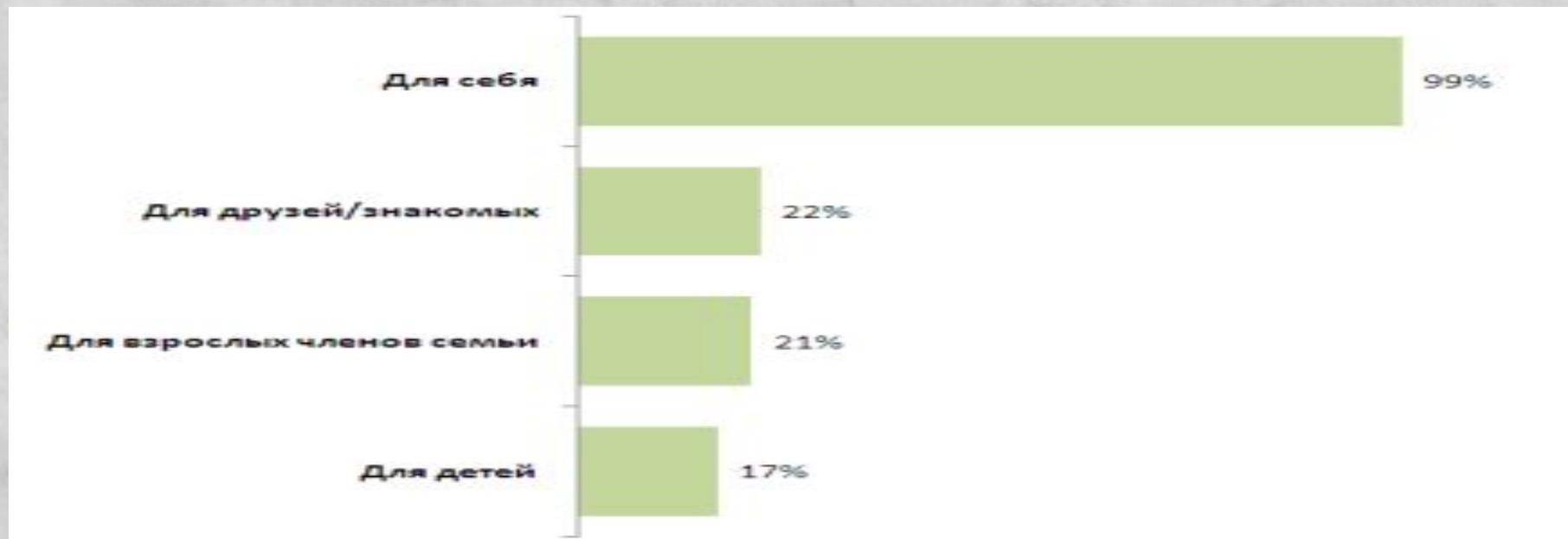
Основными потребителями Lay's являются:

Подростки (13 – 25 лет)	47%
Молодые люди (26-35 лет)	19%
Взрослые люди (36-60 лет)	25%

В основном это юридические и физические лица от 18 до 60 лет, женского и мужского пола, имеющие средний и высокий уровень дохода. До 18 лет следует считать, что подростки являются не покупателями, а потребителями, потому что продукт покупают их родители (покупатели).

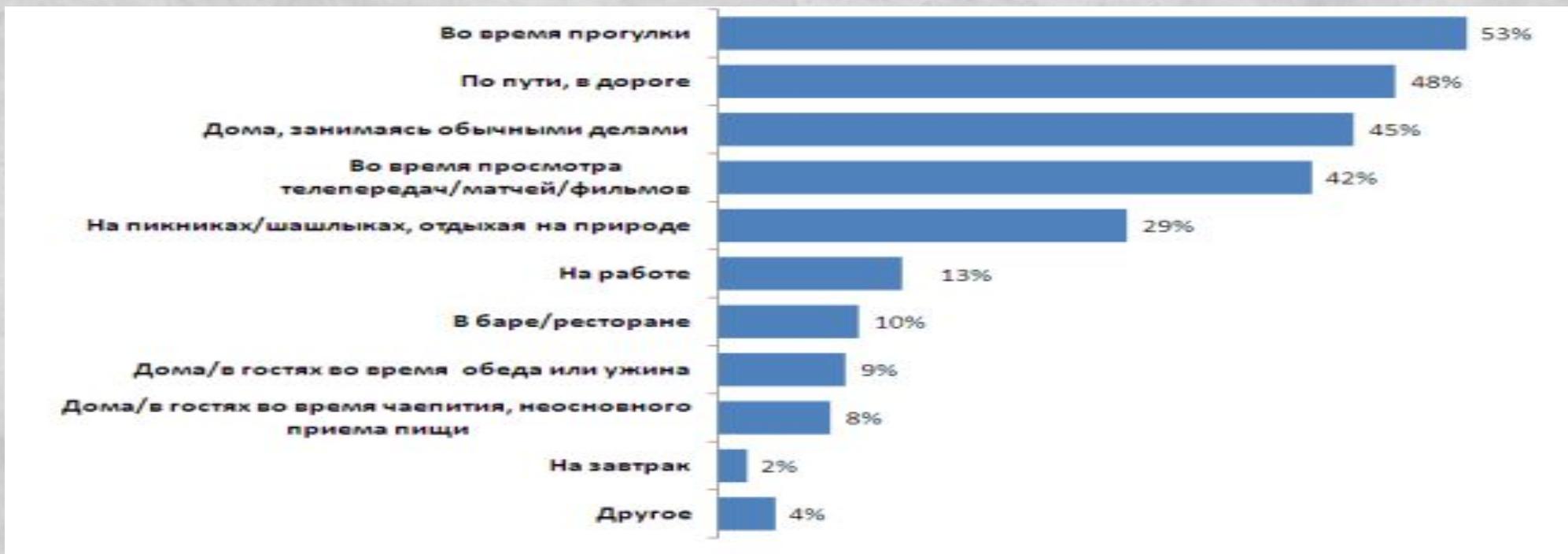
Для кого покупают

- Чаще всего респонденты покупают чипсы для себя – об этом заявили практически все опрошенные. Для друзей или знакомых совершают покупку 22%, еще 21% приобретают чипсы для взрослых членов семьи. Чипсы для детей покупают 17% опрошенных.



Употребление чипсов

- Чаще всего чипсы едят во время прогулки 53% респондентов. 48% употребляют чипсы, находясь в пути. 45% любят есть чипсы дома, занимаясь обычными делами. 42% привыкли есть чипсы во время просмотра фильмов, телепередач и спортивных матчей. 29% не мыслят без чипсов пикника или отдыха на природе. 13% опрошенных не отказываются от употребления чипсов на работе. 10% заказывают чипсы в ресторане или баре. 9% едят чипсы дома/в гостях во время обеда или ужина. 8% едят чипсы дома/в гостях во время чаепития, неосновного приема пищи. 4% употребляют чипсы на завтрак. 2% употребляют чипсы в другом месте.



Преимущества чипсов

- приятный вкус;
- качество
- многообразие видов;
- большое количество ломтиков в упаковке;
- сытность;
- обилие рекламы.

Недостатки чипсов

- неприятный вкус ;
- неудобная упаковка;
- большой размер ломтиков;
- качество;
- несоответствие эмблемы на упаковке продукту