

Кейс «Сибирская коллекция»

**Как мы вывели 20+
инсайтов для прокачки
работы с ЦА в 2025**





КЛИЕНТ

«Сибирская коллекция» — лидер рынка замороженных продуктов, который активно работает над укреплением своих позиций и расширением влияния.

Для достижения этих целей бренду необходимо опираться на актуальные данные о современных трендах потребления. Это позволяет проверить гипотезы о текущем состоянии рынка и выявить новые возможности для роста.

ЗАДАЧИ

- Детально **сегментировать ЦА**:
разобраться в интересах, образе жизни, поведении и других параметрах своего потребителя.
- Провести **анализ потребления** как собственной продукции, так и продукции конкурентов.
- **Оценить продажи** в разрезе демографии и каналов.



ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ ДЛЯ АНАЛИЗА

Mediascope

апрель 2023 — март 2024

медиапотребление,
демографический анализ

X5 Retail Group

апрель 2023 — март 2024

данные о продажах (по сравнению с
конкурентами) продукции в сетях
«Перекрёсток» и «Пятёрочка» по
регионам присутствия

Для анализа выбрали сети «Перекресток» и «Пятерочка», как наиболее целевые

ЭТАПЫ АНАЛИЗА

1

Демографическая
сегментация

2

Поведенческий анализ

3

Аффинитивный анализ
каналов коммуникации

4

Конкурентный анализ

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Нашли самые выраженные возрастные группы и менее охваченные категории, где есть потенциал для роста



Совокупность трех брендов (SK и двух конкурентов) по всей РФ в разрезе сетей «Перекресток» и «Пятерочка».
Данные X5 за май 2023 — апрель 2024

ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Определили основные драйверы покупок, в том числе в зависимости от уровня дохода.

Проанализировали товары (кроме продуктов клиента), которые целевая аудитория чаще всего покупает.

Ориентация при покупке	Universe	Sample	Col %	Affinity
Проверенный товар	3310,7	106	70,9	161
Высокое качество товара	2818,5	90	60,4	187
Акция, скидка, распродажа	2784,3	89	59,7	179
Известная марка	1783,5	57	38,2	201
Экологически чистый продукт / Натуральный состав	1779	57	38,1	207
Удобная / привлекательная упаковка	1000,4	32	21,4	177
Низкая цена	938,8	30	20,1	153
Российский производитель	718,7	23	15,4	132
Новинка	656,6	21	14,1	269
Местный (региональный) производитель	315,4	10	6,8	89
Высокая цена	158,5	5	3,4	226

Данные Mediascope за апрель 2023 — март 2024

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ

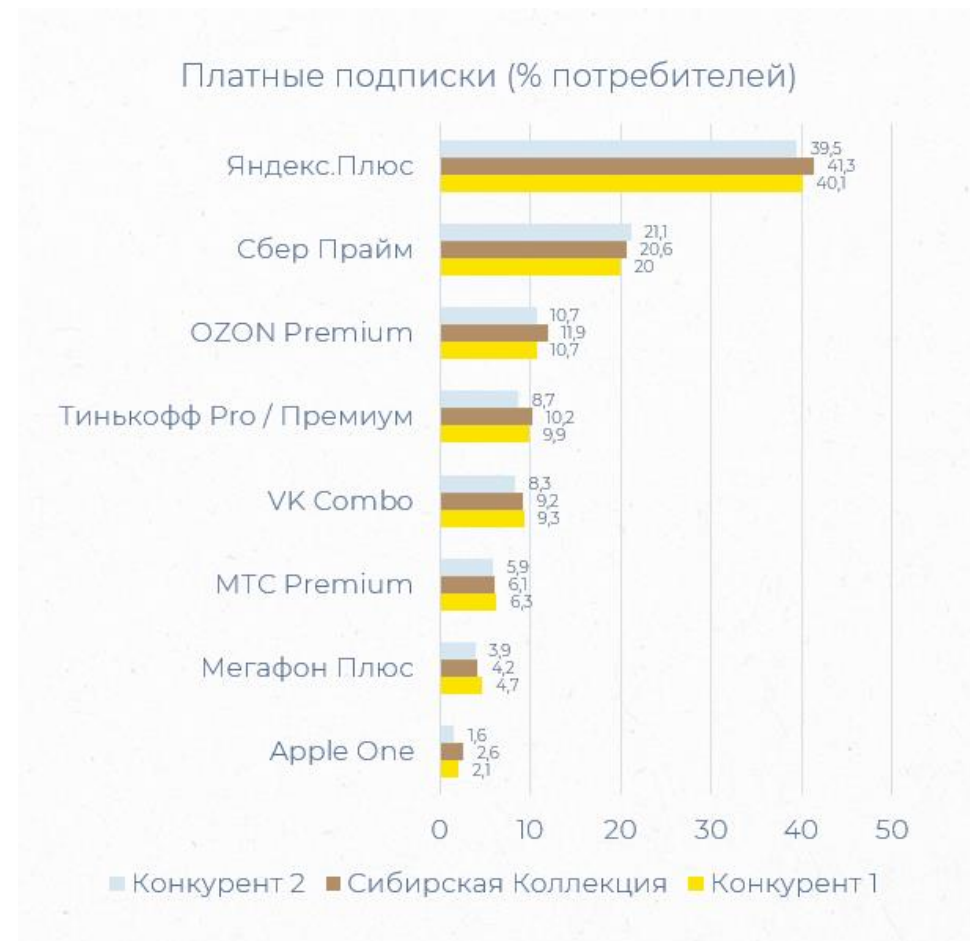
Выявили общие виды рекламы, положительно влияющие на всю ЦА, и отдельные, точно направленные на каждую группу.



Данные Mediascope за апрель 2023 — март 2024

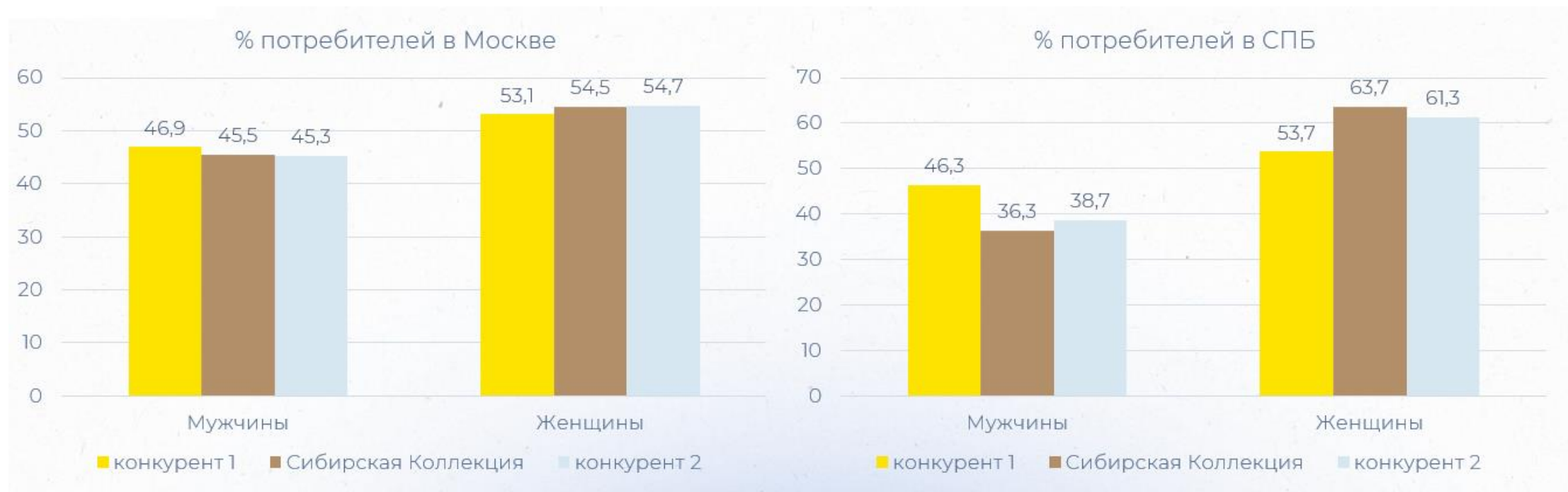
МЕДИАПРЕДПОЧТЕНИЯ И ПЛАТФОРМЫ

При такой популярности подписки «Яндекс Плюс» задумались о разных видах активности в ней.



Данные Mediascope за апрель 2023 — март 2024

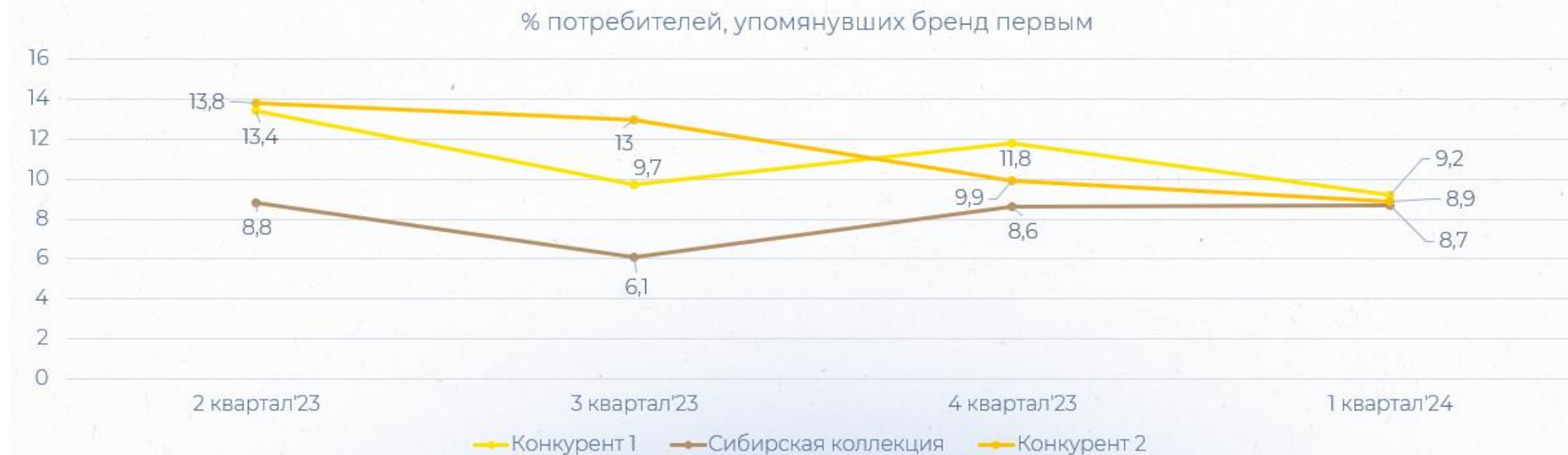
РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ



Пример разницы ЦА в Москве и Санкт-Петербурге. Данные Mediascope за апрель 2023 — март 2024

ДИНАМИКА ЗНАНИЯ БРЕНДОВ

Оценили позиции клиента на фоне его конкурентов по разным регионам в динамике, чтобы понять, где можно усилить нашу долю



Динамика одного из видов знания бренда по Москве. Данные Mediascope за апрель 2023 — март 2024

РЕЗУЛЬТАТЫ

На выходе из проведенного анализа **получили 20+ инсайтов**, а также проработали изначальные гипотезы



Описали и детально изучили все группы ЦА с их полным набором характеристик и методов коммуникации с ними



Рассмотрели возможность расширения ассортимента и присутствия в некоторых магазинах с учетом успешных продаж отдельной продукции

РЕЗУЛЬТАТЫ

Инсайты по работе с сегментами целевой аудитории

Определили, как работать с основной долей ЦА для усиления позиций, так и с теми группами, которые предстоит проработать.

Например, выявили методы коммуникации с аудиторией 18–25 лет. Этот сегмент — точка роста с большим потенциалом на фоне уже устоявшихся и более лояльных сегментов аудитории.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Инсайты по работе с геоблоком

Увидели, что происходит у конкурентов в Москве и в регионах.

Это дало инсайты для расширения влияния на регионы.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Инсайты по лидерству брендов в разных ценовых сегментах

Выявили лидерство брендов и товаров в каждом ценовом сегменте и обстоятельства этого лидерства.

Например, в среднем ценовом сегменте определили главный товар-конкурента с высокой лояльностью среди большей части сегментов ЦА.

Проанализировали причины такой высокой лояльности потребителей.

INGATE PERFORMANCE

Эффективные performance и
brandformance-стратегии



ingate.ru