



МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Шоколадный батончик «Сникерс»

Выполнил:
Шамин А.А
26ГМУ133



ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ШОКОЛАДЕ

ШОКОЛАД — КОНДИТЕРСКИЕ ПРОДУКТЫ,
ИЗГОТАВЛИВАЕМЫЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛОДОВ КАКАО.



- В зависимости от состава шоколад делят на горький, молочный и белый. Существуют диабетические варианты. Также шоколадные изделия могут иметь ароматические добавки: (кофе, спирт, спирт, коньяк, спирт, коньяк, ванилин, спирт, коньяк, ванилин, перец, спирт, коньяк, ванилин, перец); пищевые добавки: (изюм, спирт, коньяк, ванилин, перец); пищевые добавки: (изюм, орехи, спирт, коньяк, добавки: (изюм, орехи, вафли



ШОКОЛАДНЫЙ БАТОНЧИК – БАТОНЧИК, СДЕЛАННЫЙ ИЗ ШОКОЛАДА.

Обычно шоколадный батончик имеет прямоугольный и продолговатый вид. Однако бывает и другая форма.

Шоколадный батончик может содержать горький Шоколадный батончик может содержать горький/молочный шоколад Шоколадный батончик может содержать горький/молочный шоколад, нугу Шоколадный батончик может содержать горький/молочный шоколад, нугу, ягоды Шоколадный батончик может содержать горький/молочный шоколад, нугу, ягоды, фрукты Шоколадный батончик может

МОЛОКО



карамель

дата

срок

ИЗГОТОВЛЕНИЯ

ИСТОРИЯ

- Батончик *Snickers* впервые был изготовлен в 1923 году в Соединённых Штатах Штатах кондитером Фрэнком Марсом Штатах кондитером Фрэнком Марсом. Но его массовое производство началось только в 1930-м Штатах кондитером Фрэнком Марсом. Но его массовое производство началось только в 1930-м. В ноябре 1929 года Штатах кондитером Фрэнком Марсом. Но его массовое производство началось только в 1930-м. В ноябре 1929 года в Чикаго Штатах кондитером Фрэнком Марсом. Но его массовое производство началось только в 1930-м. В ноябре 1929 года в Чикаго (США Штатах кондитером Фрэнком Марсом. Но его массовое производство началось только в 1930-м. В ноябре 1929 года в Чикаго (США)

СНИКЕРС В РОССИИ

- В России первые шоколадные батончики *Сникерс* появились в 1992 году появились в 1992 году и позиционировались, как СНЭК, заменяющий полноценный обед. До этого советскому и российскому потребителю были известны лишь их отечественные аналоги — шоколадные плитки с начинками и пастила в шоколаде. Ввиду того, что отечественный продукт не был так широко распространен, полноценный рынок шоколадных батончиков сформировался лишь с приходом зарубежных марок, в том числе батончика *Сникерс*. Новая шоколадка приобрела большую популярность среди подростков. Новая шоколадка приобрела большую популярность среди подростков российских городов. В 2009 году аналитическая компания «*Profi Online Research*» выяснила, что каждый пятый молодой человек покупает шоколадный батончик каждый день. И самым популярным в рейтинге оказался «*Сникерс*».
- Развитию рынка продаж способствовали массированные рекламные кампании, которые сделали батончик очень популярными. Известен и очень популярен в России рекламный слоган батончика — «*Не тормози — сникерсни*». Батончик *Сникерс* — очень питательный, на это делается упор в рекламе, которая стала первой на национальных телеканалах постсоветского пространства.

АНКЕТА. ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПОЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ «СНИКЕРС»

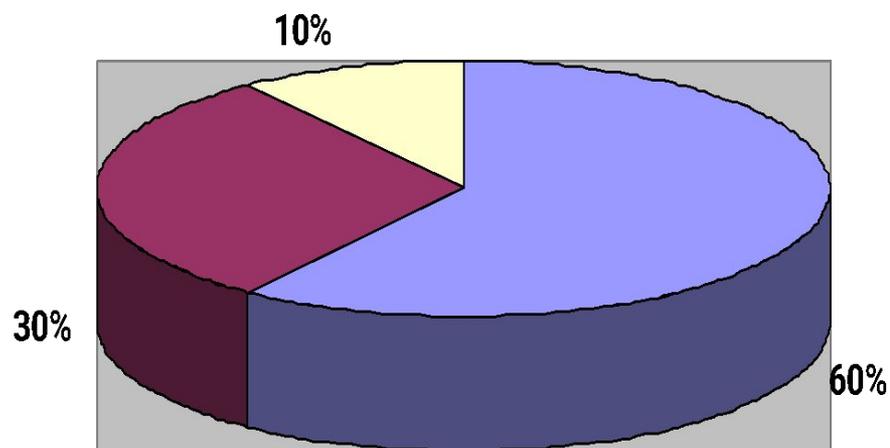
- В опросе приняло участие 100 человек разных возрастных категорий.

ПРИБРЕТАЕТЕ ЛИ ВЫ ШОКОЛАДНЫЕ БАТОНЧИКИ?

ДА

НЕТ

ИНОГДА



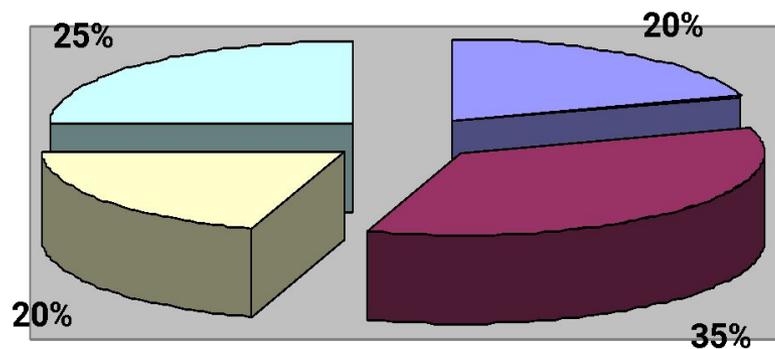
БАТОНЧИКИ КАКОЙ МАРКИ ВЫ ПРЕДПОЧИТАЕТЕ?

НАТС

СНИКЕРС

МАРС

ТВИКС

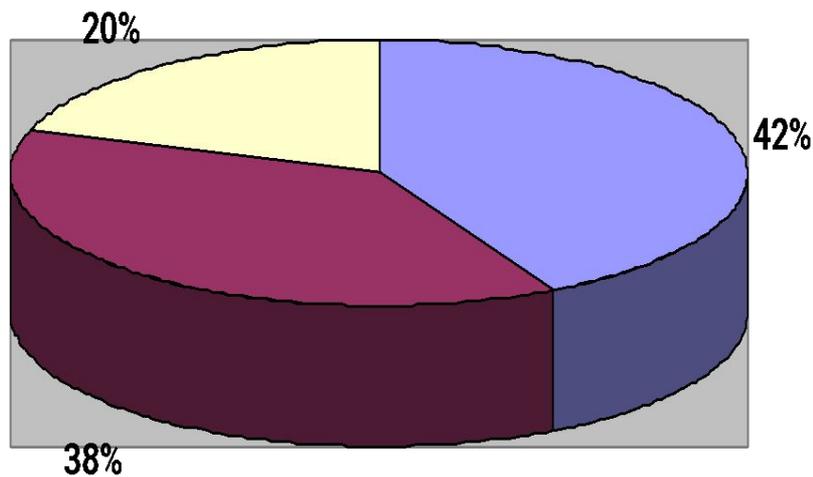


КАК ВЫ ОТНОСИТЕСЬ К БАТОНЧИКУ «СНИКЕРС»?

ХОРОШО

НОРМАЛЬНО

НИКАК



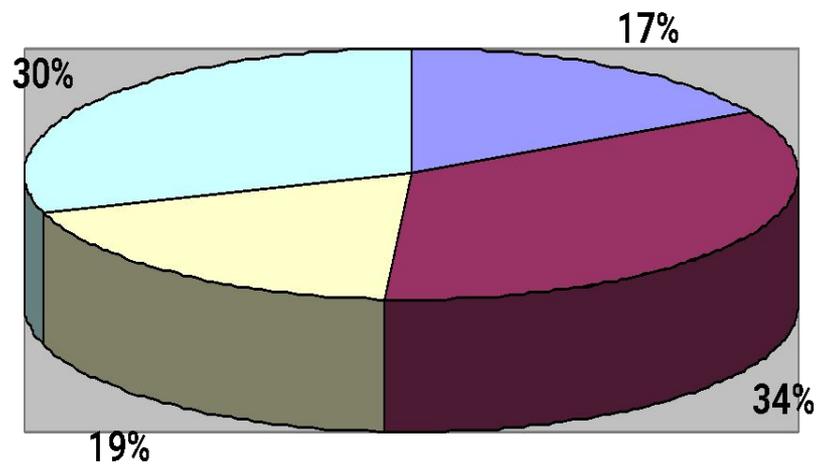
ЧТО ВЛИЯЕТ НА ВЫБОР «СНИКЕРС»?

РЕКЛАМА

ЦЕНА

УПАКОВКА

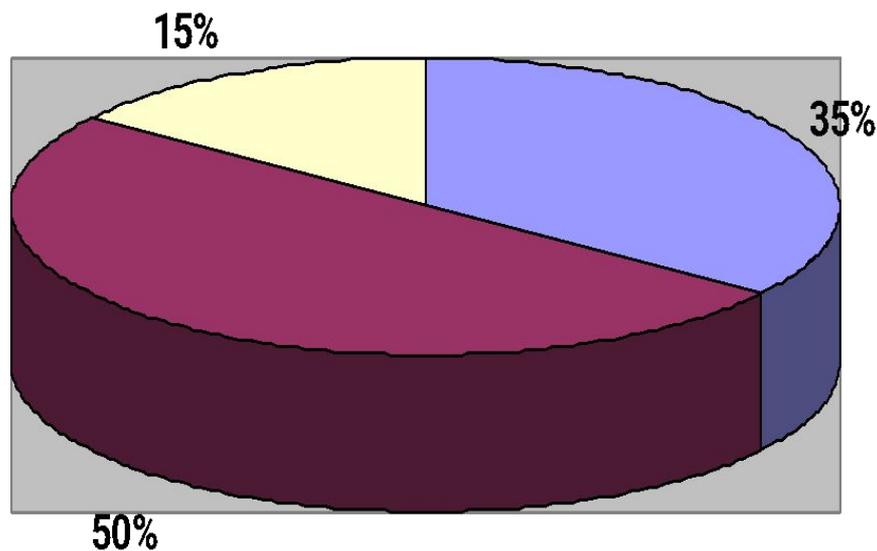
ВКУС



КАКАЯ УПАКОВКА ДЛЯ ВАС НАИБОЛЕЕ УДОБНАЯ?

БОЛЬШАЯ-140ГР.
МАЛЕНЬКАЯ -40ГР.

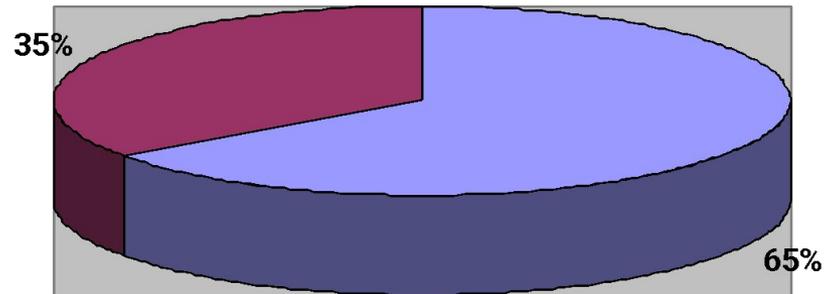
СРЕДНЯЯ-80ГР.



ПОМНИТЕ ЛИ ВЫ РЕКЛАМУ «СНИКЕРС»?

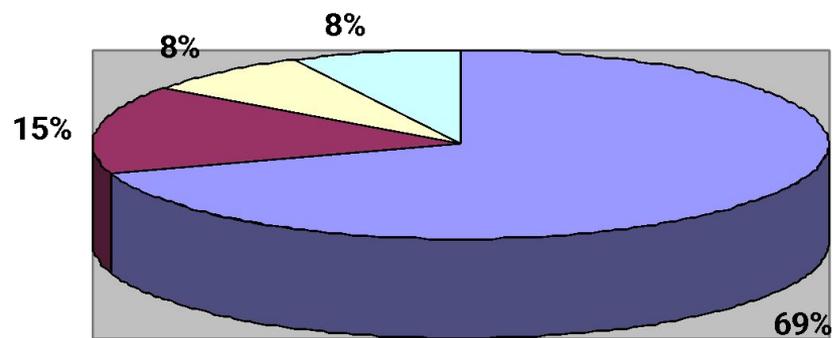
ДА

НЕТ



ТЕЛЕВИЗОР
БУКЛЕТЫ

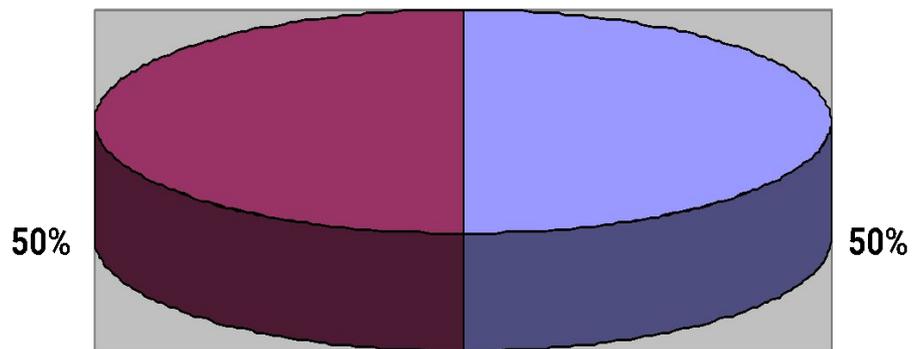
РЕКЛАМНЫЕ ЩИТЫ
РАДИО



УСТРАИВАЕТ ЛИ ВАС ЦЕНОВОЙ ДИАПАЗОН?

ДА

НЕТ



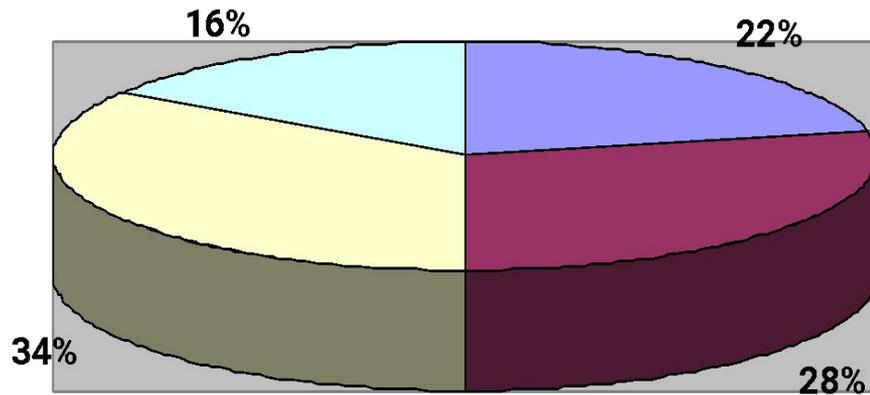
ВАШ ВОЗРАСТ?

10-15

15-20

20-25

25-30



ВАШЕ СОЦИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ?

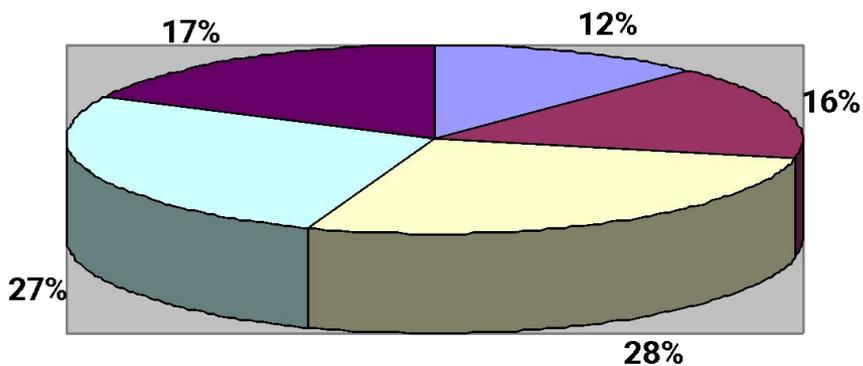
ДОМОХОЗЯЙКА

РАБОЧИЙ

УЧАЩИЙСЯ

СТУДЕНТ

СПЕЦИАЛИСТ



ОПИРАЯСЬ НА ЦИФРЫ И ФАКТЫ, ПОЛУЧЕННЫЕ В ХОДЕ АНАЛИЗА ДАННЫХ, МОЖНО СДЕЛАТЬ ВЫВОДЫ:

- Среди конечных потребителей на рынке шоколада в настоящий момент:
- больше женщин, чем мужчин;
- больше людей, имеющих возраст от 15 до 25 лет, чем любой иной;
- больше тех, кто выбирает шоколад, руководствуясь его вкусом, а не иными мотивами, и покупает.
- Потребители, в целом, положительно относятся к рекламе шоколадной продукции.
- Она не вызывает раздражения. Респонденты считают уместным размещение рекламы на любых носителях (несколько меньше в прессе). Однако спонтанно воспроизводят, как правило, телевизионные рекламные ролики.
- С точки зрения респондентов доминируют тусклые цвета упаковок шоколадной продукции. Не отмечается нововведений на протяжении относительно длительного промежутка времени. Рисунки и пейзажи на упаковках в большей своей мере ориентированы на состав изготавливаемого товара. Не вызываются положительные, яркие эмоции с первого взгляда на упаковку. Потребители желают видеть больше позитива во внешнем облике