

Определение целевых потребительских групп

Целевая аудитория г. Екатеринбург

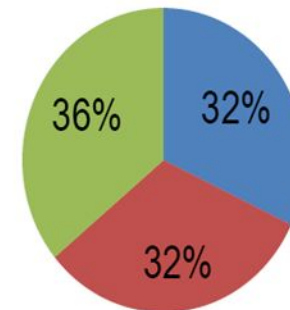
	мужчины	женщины
20 -54 лет, м/ж	369 167	416 929
финансово-активные 10,47 %	38 652	43 652
30% вложились бы в акции, если бы позволяли финансовые возможности*	15 461	8 730
уровень дохода 45-60 тыс. рублей	1 361	768
уровень дохода от 60 тыс. рублей	1 809	1 021
Итог: потенциальные инвесторы**	3 169	1 790
Самые активные: мужчины 25-34 с уровнем дохода от 45 тыс. рублей	1 604	
Итог:		
самые активные: мужчины 25-34 с уровнем дохода от 45 тыс. рублей	32%	
все мужчины (кроме самых активных) с уровнем дохода выше 45 тыс. рублей	32%	
женщины 20-55 с уровнем дохода от 45 тыс. рублей	36%	

* широкая целевая аудитория

** ядро целевой аудитории

На основе статистики ФОМ и Росстата были сформированы целевые группы и рассчитано количество потенциальных потребителей в каждой из них.

Целевая аудитория г. Екатеринбург



■ мужчины 25-34 ; доход от 45 тыс. руб.

■ мужчины 35-54; доход от 45 тыс. руб.

■ женщины 20 - 54; доход от 45 тыс. руб.

Источники: ФОМ, Росстат

Портрет инвестора согласно опросу ФОМ

Согласно данным опроса ФОМ в 2013 г.

- Интерес к инвестированию выше в Екатеринбурге и Казани, ниже всего – в Москве и Санкт-Петербурге
- Наиболее ресурсные и продвинутые мужчины:
 - половина в возрасте 25 – 34 лет
 - две трети с высшим образованием
 - обеспеченные
 - живут в крупных городах (от 500 тыс. населения)
- 79% ежедневно в интернете
- Интересы:
 - 56 % водят автомобиль
 - 27% летают на самолетах
 - 22% путешествуют за рубеж
 - 36% покупают через интернет
- 46 % высокая склонность к риску
- Имидж инвестора: это особые люди – образованные, опытные, экономически грамотные (21%), азартные авантюристы (21%), богатые (16%), имеющие интуицию, чутье (14%).

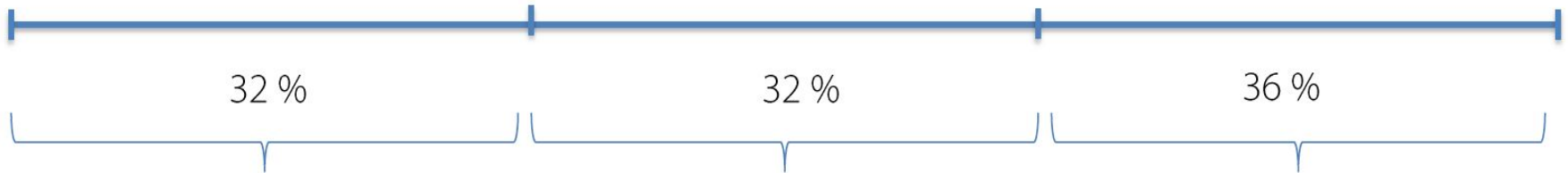


Цели потребителей по целевым группам

Мужчины 25 – 34 года
с доходом от 45 000 тыс. рублей

Мужчины 35 – 54 года (кроме ядра) с
доходом от 45 000 тыс. рублей

Женщины 20 – 54 года с доходом
от 45 000 тыс. рублей



Потребительские цели

Инвестиционные цели

Целевые потребительские группы	Цели (см. приложение 1)	Рекламные сообщения
Мужчины 25 – 34 года с доходом от 45 000 тыс. рублей	<p>Потребительские цели:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Автомобиль - Недвижимость - Ремонт - Крупные покупки для дома 	<p>Пусть деньги набирают обороты!</p> <p>Выбери машину своей мечты! Рассчитай на...</p>
Мужчины 35 – 54 года с доходом от 45 000 тыс. рублей	<p>Инвестиционные цели:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Формирование сбережений на будущую пенсию - Формирование сбережений «про запас», «на черный день» 	<p>Заботься о своих деньгах так, сегодня, чтобы они позаботились о тебе в будущем!</p> <p>Выбери дату ухода на пенсию сам! Рассчитай на</p>
Женщины 20 – 54 года с доходом от 45 000 тыс. рублей	<p>Инвестиционные цели:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Обеспечение детей наследством - Оплата обучения детей 	<p>Пусть деньги растут вместе с детьми!</p> <p>Выбери где будут учиться твои дети? Рассчитай на ...</p>

Приложение 1. Финансовые цели и интересующая потребителей информация

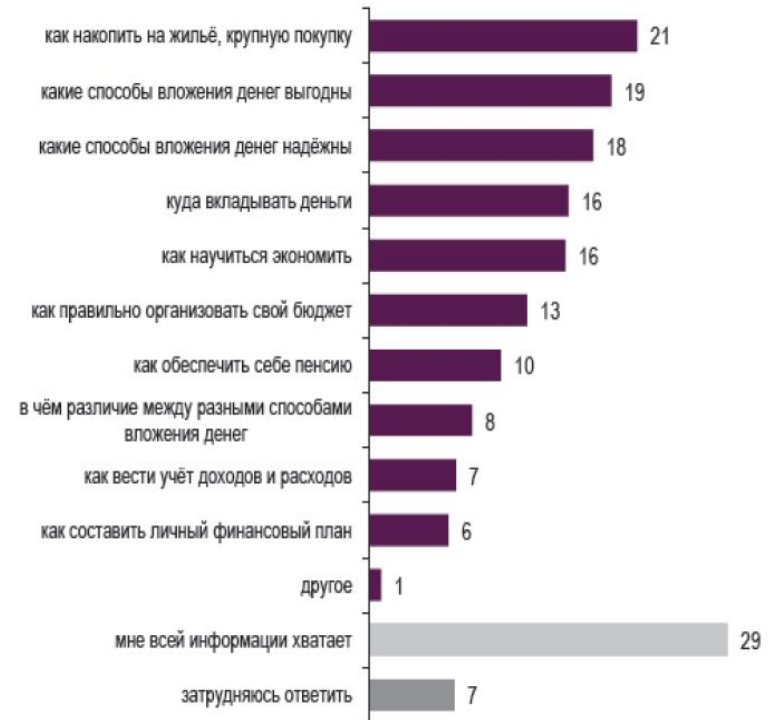
Долгосрочные финансовые цели

данные в % от всех опрошенных



Интересующая информация о финансах

данные в % от всех опрошенных



Источник: ФОМ