

ОТНОШЕНИЕ К БЕЗОПАСНОСТИ БЫТОВОЙ ХИМИИ



ИССЛЕДОВАНИЕ
В СИНДИКАТИВНОМ
СООБЩЕСТВЕ IPSOS в России

МАРТ, 2021

GAME CHANGERS



ЧТО ПОТРЕБИТЕЛИ ДУМАЮТ О БЕЗОПАСНОСТИ СРЕДСТВ БЫТОВОЙ ХИМИИ?

На фоне интереса ко всему натуральному, хемофобии и усиления тренда безопасности, мы решили узнать, каковы взгляды российских женщин на безопасность средств бытовой химии, и посмотреть, как реализуются тренды в таких повседневных категориях, как средства для стирки, средства для мытья посуды, а также чистящие и моющие средства.



- 1** Что понимают потребители под безопасными средствами?
- 2** Как меняется отношение к безопасности на разных жизненных этапах?
- 3** Верят ли в эффективность натуральных средств?
- 4** Готовы ли платить за безопасность средств бытовой химии?



СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА



1 ВЗГЛЯД НА ПРОБЛЕМУ

- Понимание и отношение к проблеме безопасности средств бытовой химии
- Типология потребителей, их потребности и страхи в контексте проблемы безопасности



2 БЕЗОПАСНОСТЬ В КАТЕГОРИЯХ

- Отношение к безопасности в разрезе категорий: средства для стирки, средства для мытья посуды, чистящие и моющие средства
- Маркеры безопасности
- Эффективность VS безопасность
- Безопасность как критерий выбора



ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ. СТОИМОСТЬ ОТЧЁТА
210 ТЫС РУБ БЕЗ НДС





Хотя в той или иной степени задумываются о безопасности все, вместе с тем аудитория крайне неоднородна с точки зрения озабоченности и вовлеченности в проблему. От этого зависит, какие маркеры будут актуальными, а какие – нет.

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ

- ▣ Чтобы считать средство безопасным, некоторым достаточно отсутствия аллергических реакций и вреда мебели/ посуде/ одежде после применения средства, и они не находят причин платить за «безопасные» средства больше

ЗАПАХ

- ▣ Безопасное средство имеет нейтральный или приятный и деликатный аромат, в то время как яркий, резкий, интенсивный запах (приятный или неприятный) – однозначный маркер небезопасного средства

МАРКА

- ▣ Бренд для детей = безопасность априори
- ▣ Имидж экологичной, качественной, известной и популярной марки способствует восприятию продукции как безопасной

КЛЕЙМЫ

- ▣ О натуральности и экологичности: BIO / биоразлагаемый состав, ECO, произведено из растительного сырья
- ▣ Гипоаллергенно, без отдушек и красителей
- ▣ Безопасно для детей, рекомендовано педиатрами

СОСТАВ

- ▣ Только для части аудитории (наиболее продвинутые потребители, нередко мамы с маленькими детьми): без фосфатов, сульфатов, хлора, аммиака и др.



Порошки безопасны, т.к. они вымываются водой, и потом, мы носим эти вещи. Если реакции нет, значит, все хорошо. (ж, РнД, 39)



Сильный химический запах даёт мне основания усомниться, что средство безопасное. (ж. Краснодар, 33)



Я использую детский порошок. Считаю, что детский порошок более безопасен и менее аллергичен. (ж. Екатеринбург, 32)



Если на упаковке написано эко, без парабенов, без хлора, гипоаллергенно, то я буду знать, что это средство безопасно. (ж, Воронеж, 42)



О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 300 человек из разных городов России.



МЕТОДОЛОГИЯ: качественное исследование

КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ: 30 женщин (25-45, микс городов)

ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2021 ГОДУ

- Вовлеченность в спортивные мероприятия и отношение к спонсорству
- Планы на путешествия и туризм в 2021
- Отношение к безопасности бытовой химии
- Традиционные бренды VS CTM
- Социальная ответственность и благотворительность
- Собственный автомобиль или каршеринг
- Онлайн-образование
- Детские игры
- Голосовые ассистенты и голосовое управление
- Патриотизм в рекламе
- Будущее глазами поколений
- Новый год: еда и алкогольные напитки

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1 1 отчет	Опция 2 6 отчетов	Опция 3 12 отчетов
210 000 руб.	980 000 руб.	1 890 000 руб.

- 1 дискуссия в 3 недели: ~12 тем в 2020
- В конце каждой 3 недели предоставляется отчёт (summary в формате объемом до 15-20 слайдов)

Ad hoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

Области применения:

Тема по запросу
от 240 000 руб.

Сроки

1 неделя от брифа до отчета

- Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- Предварительный этап для другого исследования



СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

Ekaterina.Kotova@ipsos.com

Alexandra.Shanaeva@ipsos.com

Цены указаны без учёта НДС (20%)

