



MarketUp
Consulting Group

SAUCE
STRATEGY

16 мая, 2007

MarketUp совместно с SAUCE Strategy запускают проект по изучению потребителей с высокими доходами

Консалтинговая группа MarketUp и рекламное агентство SAUCE Strategy (группа "Сорек") завершили пилотаж UPConsumer Monitor - уникального исследования потребительских предпочтений состоятельных москвичей с уровнем дохода от \$1500 на члена семьи в месяц. В ходе пилотажа было опрошено 300 человек.

В мае этого года запускается первая волна исследования, объем выборки составит 1000 личных интервью. Благодаря отработанной методике формирования территориальной выборки, большому количеству респондентов и детальному вопроснику по каждому из исследуемых рынков, UPConsumer Monitor гарантирует высокую надежность данных.

Подобного мониторинга в России до сих пор не существовало, поскольку состоятельные люди ограничены во времени и не склонны оглашать свои расходы или потребительские предпочтения. Предлагаемые на продажу немногочисленные исследования высокодоходной аудитории, как правило, опираются на нерепрезентативные опросы малого количества респондентов или "занижают" критерии отнесения респондентов к категории состоятельных (например, доход в \$700 на человека в семье уже считается "высоким").

В первую волну UP Consumer Monitor включены следующие рынки:

- Банки и банковские услуги
- Страховые компании и услуги
- ПИФы
- Автомобили

Первая волна исследования даст возможность составить социально-демографический и психографический портрет высокодоходной аудитории, оценить потенциал стандартных и нестандартных каналов коммуникации в среде обеспеченных потребителей.

Результаты первой волны мониторинга будут доступны уже в середине июля 2007 года. Их можно будет приобрести в различной форме - от кратких отчетов до подробных аналитических материалов с расчетными таблицами, выполненными по индивидуальным заказам покупателей.

Синдикативный формат мониторинга (при котором заказчики оплачивают мониторинг совместно) значительно снизит цену каждого конкретного отчета.

В сентябре 2007 года будет запущена вторая волна UPConsumer Monitor, в которой предполагается исследовать премиальный сегмент FMCG и рынка бытовой техники, а одна из

последующих волн будет посвящена проведению досуга, посещению фитнес-центров и салонов красоты.

На этом этапе помимо основной выборки исследования (1000 человек с доходом свыше \$1500 на члена семьи в месяц) будет проведен опрос по VIP-потребителям - 500 человек с доходом свыше \$5000 в месяц на члена семьи.

По словам Марины Власовой, директора консалтинговой группы MarketUp, этот амбициозный проект возник не на пустом месте. "Специалисты MarketUp более 5-ти лет занимались изучением высокодоходных потребителей в рамках различных ad hoc исследований. С декабря 2006 года нами велась активная методическая работа - разрабатывались и тестировались различные модели выборки, варианты формулировок вопросов, отбирались квалифицированные интервьюеры. Сегодня можно с уверенностью сказать - мы полностью готовы к проведению этого сложнейшего исследования. Полагаю, UPConsumer Monitor вызовет большой интерес, потому что другой возможности получить за разумные деньги надежную количественную информацию о потребителях с высокими доходами просто не существует".