

کابینت

گزارش رفتار خرید مصرف کنندگان

نوشیدنی های گرم / قهوه





گزارش رفتار خرید مصرف کننده

رسته: نوشیدنی های گرم

گروه محصول*: قهوه

بازه زمانی گزارش: سال ۱۴۰۱

نسخه: ۱.۷

تاریخ انتشار: فروردین ۱۴۰۲

* این گزارش در ۱۱۷ رسته و گروه محصول دیگر نیز موجود می باشد. [اطلاعات بیشتر](#)

کابینت چیست و چگونه کار میکند ؟

اطلاعات مربوط به گزارش نوشیدنی‌های گرم / قهوه

ده برند اصلی بازار قهوه:

اطلاعات کلی رفتار خریدار در ۱۲ ماه گذشته

چه مقدار آنلاین و چه مقدار آفلاین خریداری شده؟

حجم خرید به تفکیک نقاط فروش آفلاین

حجم خرید به تفکیک نقاط فروش آنلاین

مقایسه ۱۰ برند برتر قهوه در ۱۲ ماه گذشته

پنج برند اول چه میزان آنلاین و چه میزان آفلاین خریداری شده اند؟

قیمت مصرف کننده قهوه در ۱۲ ماه گذشته

۵ برند برتر در سه ماه گذشته

برندهایی که بیشترین تغییر رو در سهم خرید ۳ ماه گذشته نسبت به ۳ ماه قبل داشتند

برندهایی که بیشترین تغییر رو در سهم خرید در ۳ ماه گذشته نسبت به سال گذشته در همین بازه زمانی داشتند

بیشترین برند قهوه‌ای که رشد کرده ؟

بیشترین تغییر برای کدامیک از انواع قهوه بوده؟

چند درصد از سبد های خرید قهوه بوده؟

کابینت چیست و چگونه کار میکند ؟

کابینت یک اپلیکیشن مارتکه که با هدف جمع آوری اطلاعات خرید خانوارها طراحی شده. تا امروز نزدیک به ۳۵۰۰ کاربر این اپلیکیشن رو نصب کردند و نزدیک به ۵۰۰ نفر هم فعالانه اطلاعات خریدشون رو ثبت می کنند.

مدل جمع آوری اطلاعات در کابینت

کاربران کابینت به سه روش عمده اطلاعات خرید رو برای ما ثبت میکنند و در هر سه روش ما اطلاعات کافی در مورد محل خرید، هزینه ی سبد خرید، کالاهای خریداری شده و حجم خرید از هر یک از کالاها به دست می آوریم.

این سه روش : ۱. الصاق فاکتور یا ۲. اسکن بارکد کالاهای خریداری شده و یا ۳. ثبت کالاها در فرم از پیش تعریف شده.

کاربران بسته به نوع و محل خریدهها و ترجیح شخصی از یک یا هر سه روش بالا برای ثبت خریدهها استفاده میکنند.

مدل پردازش داده در کابینت

اطلاعات کابینت به دو روش اصلی پردازش میشوند:

روش فوری فوتی:

ارزش این روش به سرعتش!

در این روش هدف ما نگاه سریع به دیتاهای خام و یا در اصطلاح پالایش نشده برای رسیدن به یک برداشت سریع و کلی از روند هاست. این نوع پردازش به ما این امکان رو میدهد که با صرف هزینه ی کمتر یک تصویر سریع و گذری از بازار مصرف داشته باشیم و در اصطلاح فوری فوتی بفهمیم چه خبره. گزارش پیش رو به این روش تهیه شده است.




روش ذره بینی:

ارزش این روش به دقتش!

در این روش هدف ما درک عمیق رفتار خرید و رسیدن به بینشی دقیق بر اساس اطلاعات پالایش شده و تعمیم داده شده است. دیتاهایی که به دست ما میرسند در لایه های مختلف توسط کارشناسان بررسی و کنترل کیفی می شوند. و بعد از اون با روش های استاندارد آماری به جامعه تعمیم و برای تحلیل آماده می شوند. تمامی مراحل در روش ذره بینی در تیم حرفه ای و با تجربه ی شرکت تحقیقات بازار emrc و با استانداردهای روز تحقیقات بازار انجام میشه. همینطور که در توضیحات مشخصه ما در این روش با صرف هزینه و زمان مناسب، مو رو از ماست میکشیم بیرون!

راهنمای استفاده و صحت اطلاعات

از این راهنما برای نمایش میزان صحت اطلاعات استفاده میشود.

اطلاعات نمایش داده در این چارت / نمودار به صورت کامل از نظر دقت مورد تایید بوده و صحت اطلاعات تایید شده است	
اطلاعات نمایش داده شده با این علامت به این معنی است که جهت تغییر ترند یا رفتار به صورت دقیق مشخص شده است ولی میزان این تغییر امکان دارد که با خطای قابل توجهی محاسبه شده باشد.	
اطلاعات نمایش داده شده با این علامت از نظر میران و دقت قابل تایید نمی باشد اما با توجه به داده های موجود احتمال وجود یک تغییر رفتار در مصرف وجود دارد اما جهت و میزان با دقت مشخص شده در چارت / نمودار قابل تایید نیست.	

اطلاعات کلی در مورد خانواده ها (جامعه آماری) که در این گزارش استفاده شده است

نام	توضیحات
تعداد خانوار	۷۰۰ خانوار
متوسط جمعیت خانوار	۳.۲ نفر
دسته بندی خانوارها	C1، C2 و DE (این طبقه بندی بیش از ۹۵٪ جامعه را نمایندگی می‌کند)
متوسط هزینه ماهانه	۱۴.۷ میلیون تومان
محل سکونت	۲۲ منطقه ی تهران- با تمرکز بر مناطق مرکزی

نقاط خرید نیز با توجه به فاکتورهای دریافتی و یا آنچه کاربران بیان کرده اند در دسته های زیر تقسیم بندی شده اند:

- آنلاین (اسنپ، دیجی کالا، اُکالا، شهروند آنلاین و ...)
- آفلاین
 - فروشگاه های زنجیره ای (شهروند، هایپراستار، هایپرمی و ...)
 - فروشگاه های همیشه تخفیفی (افق کوروش، جانبو، وی وان و ...)
 - سوپرمارکت های زنجیره ای (یاران دریان، رفاه، سون و ...)
 - سوپرمارکت/ بقالی محلی
 - سایر (عمده فروشی و نیمه عمده فروشی ها، فروشگاه های تخصصی، فروشگاه هایی که در چهار دسته ی بالا نمی گنجد)

اطلاعات مربوط به گزارش نوشیدنی های گرم / قهوه

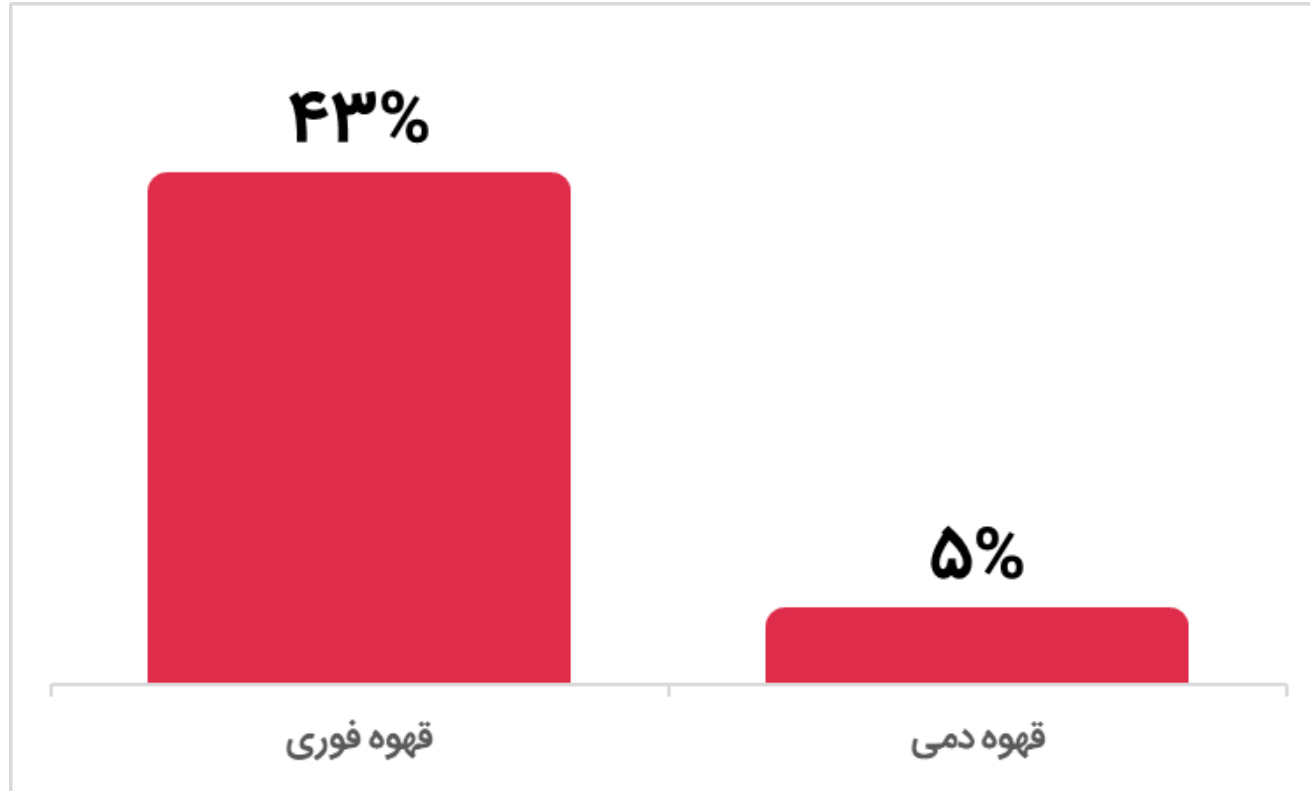
این گزارش برگرفته از سبدهای خریدی است که کاربران کابینت در سال ۱۴۰۱ ثبت کرده اند و اطلاعات خرید مرتبط با قهوه از این سبدها استخراج شده است. به صورت کلی، تمام انواع قهوه با توجه به تعاریف استاندارد صنعت در دو گروه زیر دسته بندی شده اند:

- قهوه دمی
- قهوه فوری

ده برند اصلی بازار قهوه:

- نسکافه
- مولتی کافه
- تورابیکا
- تیمز
- گود دی
- کوپا کافه
- بن مانو
- علی کافه
- کلاسنو
- آلتونسا

اطلاعات کلی رفتار خریدار در ۱۲ ماه گذشته



قهوه فوری با 43 درصد بیشترین میزان نفوذ را در بین انواع قهوه داشته .



۴۶%

نفوذ انواع قهوه در بین خانواده ها در سال ۱۴۰۱ در حدود ۴۶% بوده است.

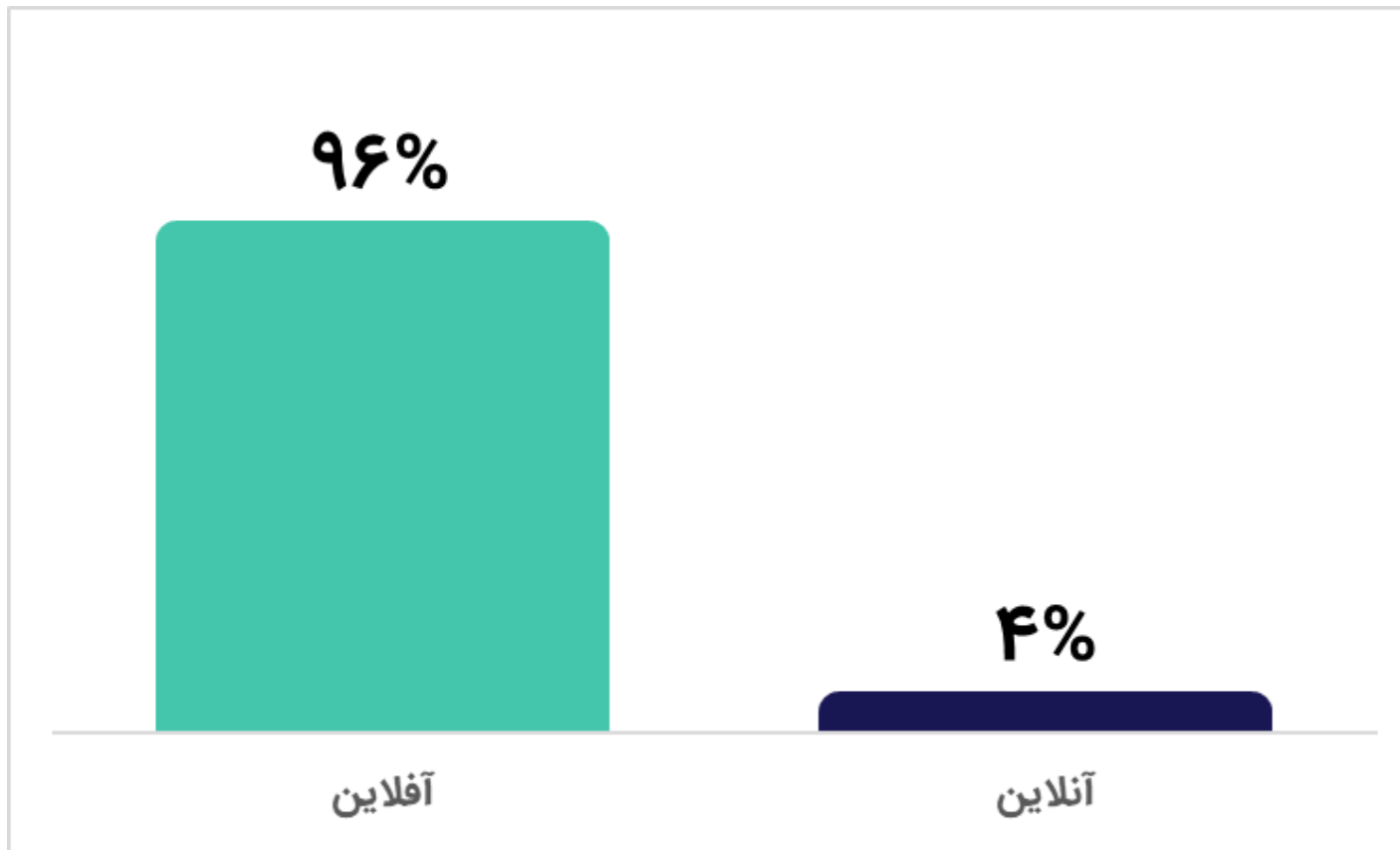
۳ بار خرید

خانوارها به طور متوسط ۳ بار برای خرید قهوه اقدام کرده اند.

۸۳۰ گرم

متوسط میزان خرید در هر بار مراجعه حدود ۸۳۰ گرم بوده است.

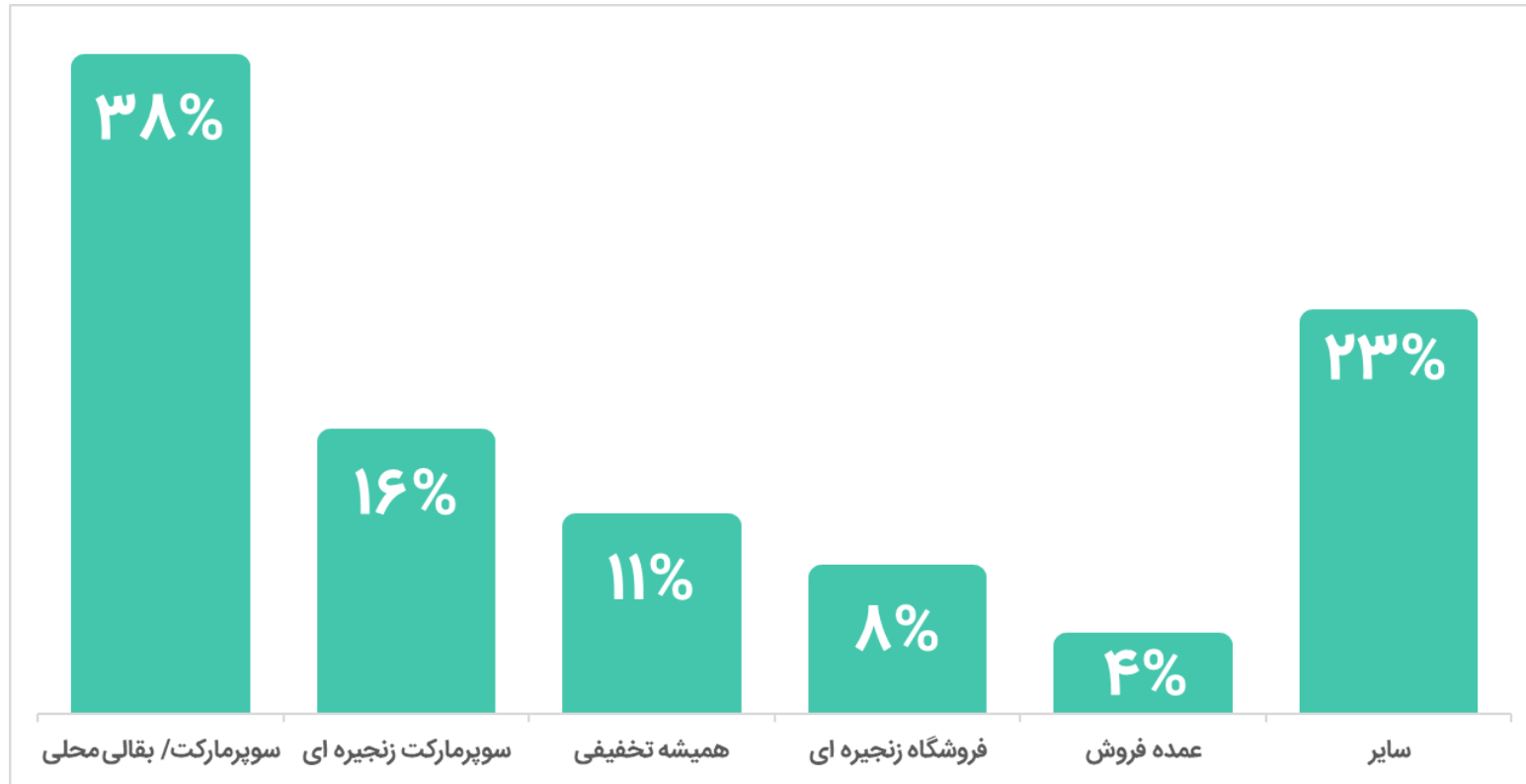
چه مقدار آنلاین و چه مقدار آفلاین خریداری شده؟



تفکیک فروش آفلاین و آنلاین برای محصول قهوه، تفاوت معناداری با سایر گروه محصولات مصرفی ندارد.

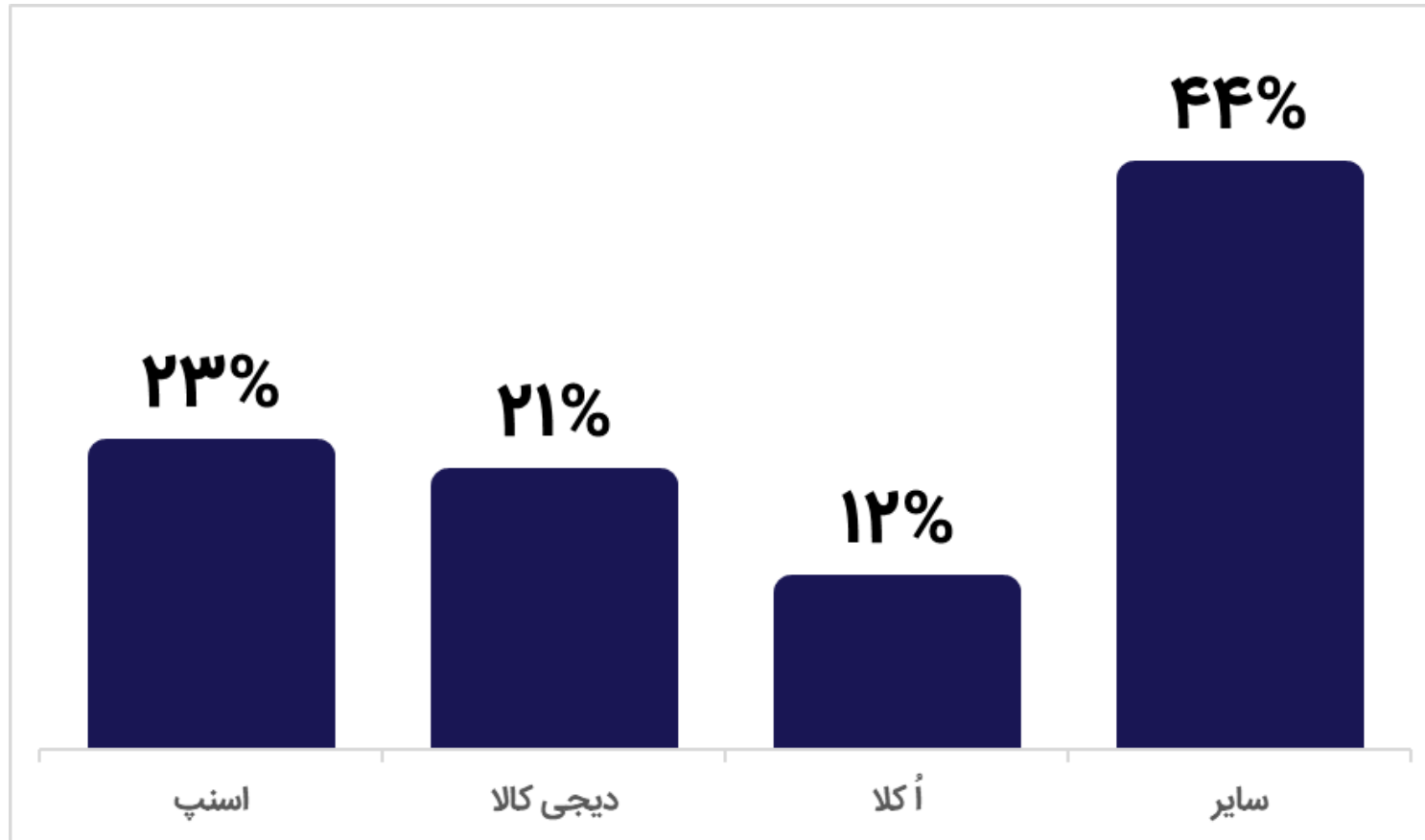


حجم خرید به تفکیک نقاط فروش آفلاین



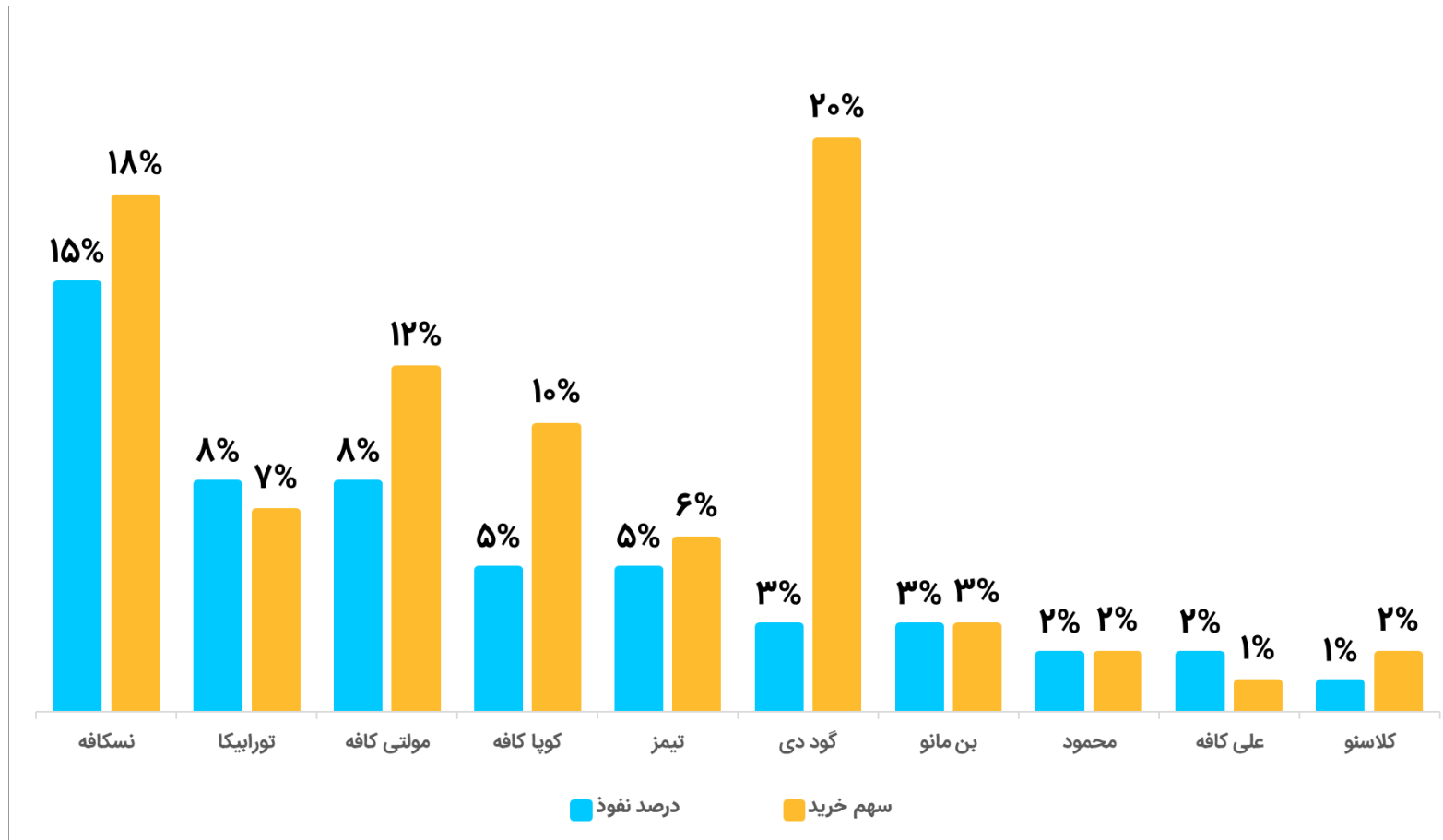
نقاط فروشی مانند کافی شاپ‌ها و فروشگاه‌های تخصصی قهوه در گروه سایر دسته‌بندی شده‌اند.

حجم خرید به تفکیک نقاط فروش آنلاین



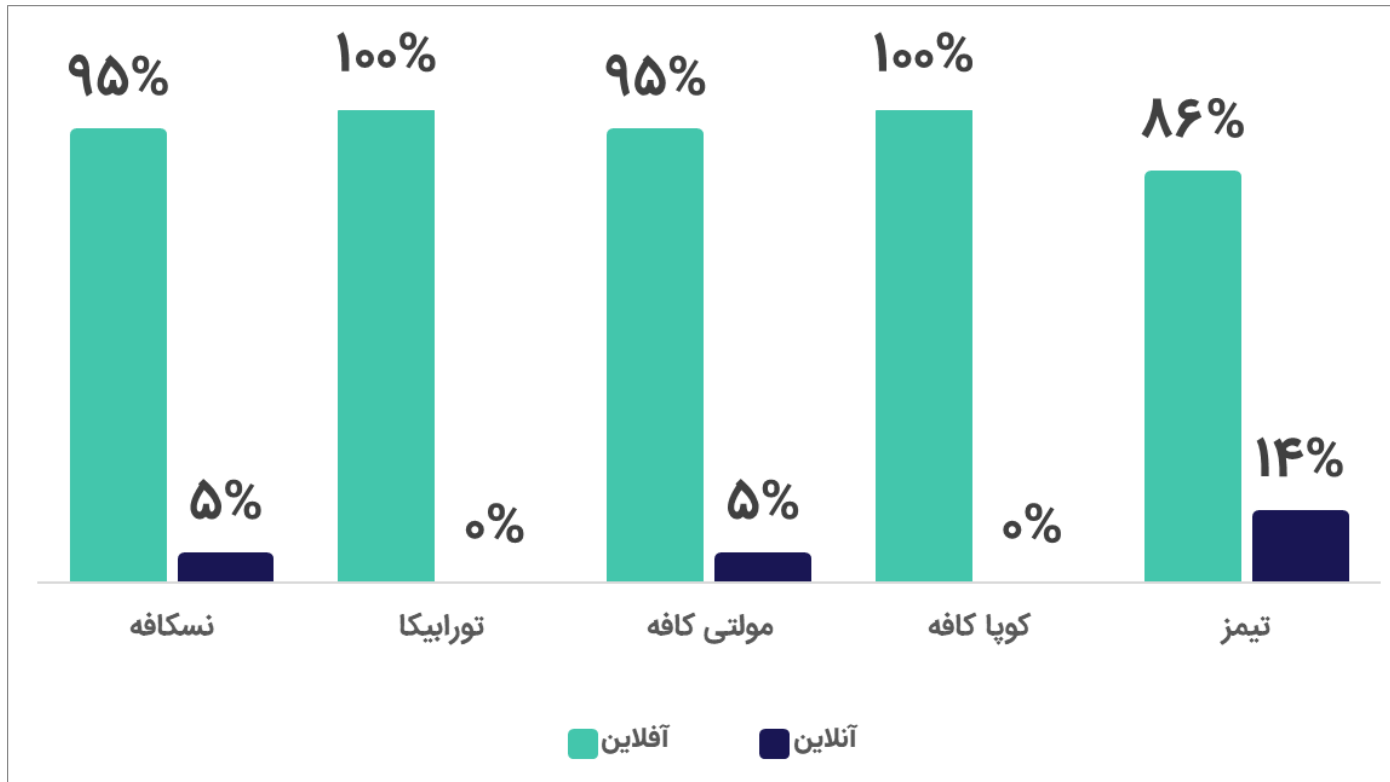
فروشگاه‌های آنلاین تخصصی قهوه در گروه سایر طبقه بندی شده‌اند.

مقایسه ۱۰ برند برتر قهوه در ۱۲ ماه گذشته



برند گود دی با داشتن ضریب نفوذ کمتر نسبت به سایر رقبا، از سهم خرید بالایی برخوردار است.

پنج برند اول چه میزان آنلاین و چه میزان آفلاین خریداری شده اند؟



گزارش های موجود بر اساس گروه محصولات کابینت

ادویه جات	استاک	اسنک	انواع رب میوه	آب بسته بندی	آبلیمو	کیسه فریزر	گوشت سفید
آبمیوه	آدامس	آرایشی	آرد	آرد سوخاری	نوشابه انرژی زا	لواشک	ماست
برنج	بستنی	بیسکویت	پاستا	پاستیل	پنیر	مربا	مغزيجات
پودر کیک	پوشک بچه	تخم مرغ	ترشی	تمیزکننده های خانگی	نرم کننده مو	نان	نرم کننده لباس
تیغ اصلاح	چای	حالت دهنده ی مو	حبوبات	حشره کش	خامه	نودل	میوه
خمیر دندان	خوشبو کننده ی هوا	خیارشور	دستمال سفره	دستمال کاغذی	مکمل شیر مادر	کیک و شیرینی	لوازم ظرفشویی
دسر	دمنوش	دهان شویه	دوغ	دئودورانت	رب گوجه فرنگی	ماءالشعیر	کیسه زباله
رنگ مو	روغن جامد و مایع	زیتون و روغن زیتون	ساندویچ آماده	سبزیجات	مایع ظرفشویی	مسواک	کنسروها ی غذای آماده
سرکه	سس	سفید کننده	سوپ آماده	سویا	شامپو	نخ دندان	کنسرو ماهی تن
شامپو بدن	شربت	شکر	شوینده های لباس	شوینده های ماشین ظرفشویی	گوشت فرآوری شده	نوشابه	کمپوت میوه
شیر	شیر خشک	شیرینی و شکلات	صابون	ظرف غذایی	عرقیجات	موبر	کشک
عسل	غذای کودک	غذای یخ زده	غلات صبحانه	قارچ	نوار بهداشتی	گوشت قرمز	
قهوه	کاندوم	کرم دست و صورت	کرم ضد آفتاب	کره بادام زمینی	کره و مارگارین	محصولات پیرایش	

گزارش های تفکیکی

در صورت نیاز گزارش ها به تفکیک گروه محصولات با دسته بندی های جزئی تر نیز در دسترس است. برای مثال گزارش های زیرگروه های گروه محصول قهوه به ترتیب زیر است:
گزارش قهوه فوری
گزارش قهوه دمی































سایر اطلاعات در دسترس در مورد محصول قهوه:

- در چند درصد از سبدهای خرید محصول قهوه خریداری شده؟
- محصولات قهوه چند درصد از حجم ریالی خرید خانوارها رو در بر میگیرند؟
- محصولات قهوه، معمولا کنار چه گروه محصولاتی خریداری میشوند؟
- برندهای مختلف قهوه، معمولا کنار چه برندهایی در لیست خرید قرار میگیرند؟
- محبوب ترین طعم های قهوه کدامند؟
- پرفروشترین SKU های قهوه کدامند؟

گزارش های تکمیلی

این گزارش در ۱۱۷ رشته و گروه محصول دیگر در دسترس است.
این گزارش بر اساس یک برند خاص بدون در نظر گرفتن محصولات مربوط به برند نیز قابل مشاهده است.
این گزارش در بازه های زمانی 3 ماه، ۶ ماه و ۱۲ ماه نیز قابل خرید میباشد.

لیست انواع گزارش های تکمیلی موجود

لایه ی اطلاعات			شاخص
برند 	گروه محصول 	رسته 	نفوذ
برند 	گروه محصول 	رسته 	سهم حجمی خرید
برند 	گروه محصول 	رسته 	سهم ریالی خرید
برند 	گروه محصول 	رسته 	سهم فروش آنلاین / آفلاین
برند 	گروه محصول 	رسته 	سهم فروش نقاط خرید آنلاین / آفلاین
برند 	گروه محصول 	رسته 	متوسط قیمت مصرف کننده
برند 	گروه محصول 	رسته 	تکرار خرید
برند 	گروه محصول 	رسته 	متوسط حجم خرید
برند 	گروه محصول 	رسته 	متوسط حجم هر بار خرید
برند 	گروه محصول 	رسته 	تحلیل سبد خرید (اقلامی که کنار یکدیگر خریداری میشوند)

برای خرید گزارش های تکمیلی یا گزارش های تفکیکی مربوط به یک برند خاص ، یا یک صنعت و رسته دیگر لطفا از طریق <https://cabinetgoods.ir> با ما در تماس باشید.