

کابینت

گزارش رفتار خرید مصرف کنندگان

نوشیدنی های سرد / نوشابه انرژی زا





گزارش رفتار خرید مصرف کننده

رسته: نوشیدنی‌های سرد

گروه محصول*: نوشابه انرژی‌زا

بازه زمانی گزارش: پاییز ۱۴۰۱ - بهمن ۱۴۰۱

نسخه: ۱.۲

تاریخ انتشار: اسفند ۱۴۰۱

* 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 سرد/ نوشابه انرژی‌زا

ده برند اصلی بازار نوشابه انرژی‌زا

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 نوشابه انرژی‌زا در ۱۲ ماه گذشته

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

قیمت مصرف کننده نوشابه انرژی‌زا در ۱۲ ماه گذشته

برند برتر در سه ماه گذشته ۵

برندهایی که بیشترین تغییر رو در سهم خرید پاییز نسبت تابستان داشتند

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

گزارش های موجود بر اساس گروه محصولات کابینت

گزارش های تفکیکی

گزارش های تکمیلی

لیست انواع گزارش های تکمیلی موجود

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 میده 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 نوشیدنی‌های سرد/ نوشابه انرژی‌زا

این گزارش برگرفته از سبدهای خریدی است که کاربران کابینت در ۱۲ ماه گذشته (پاییز ۱۴۰۰ تا بهمن) ثبت کرده اند و اطلاعات خرید مرتبط با نوشابه انرژی‌زا از این سبدها استخراج شده است.

ده برند اصلی بازار نوشابه انرژی‌زا:

- هایپ
- وایلد پاور
- تی رکس
- زمزم
- بلک برون
- هپی لایف
- جک رستلر
- بیگ بر
- اج
- شاتل



۳۰%

نفوذ نوشابه‌های انرژی‌زا در بین خانواده‌ها در یک سال منتهی به بهمن ۱۴۰۱ در حدود ۳۰% بوده است.

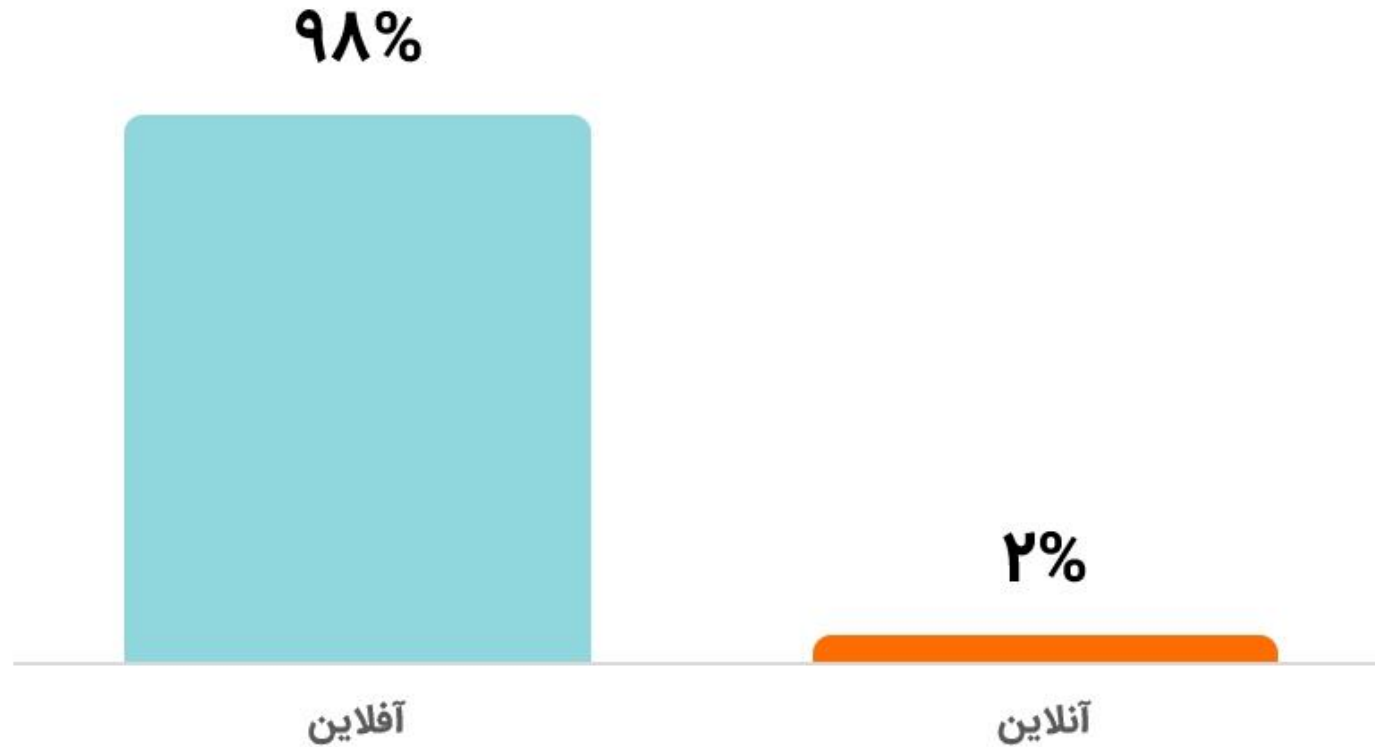
۳ بار خرید

خانوارها به طور متوسط ۳ بار برای خرید نوشابه انرژی‌زا اقدام کرده‌اند. (هر چهار ماه یکبار)

۵۳۰ میلی لیتر

متوسط میزان خرید در هر بار مراجعه حدود ۵۳۰ میلی لیتر بوده است.

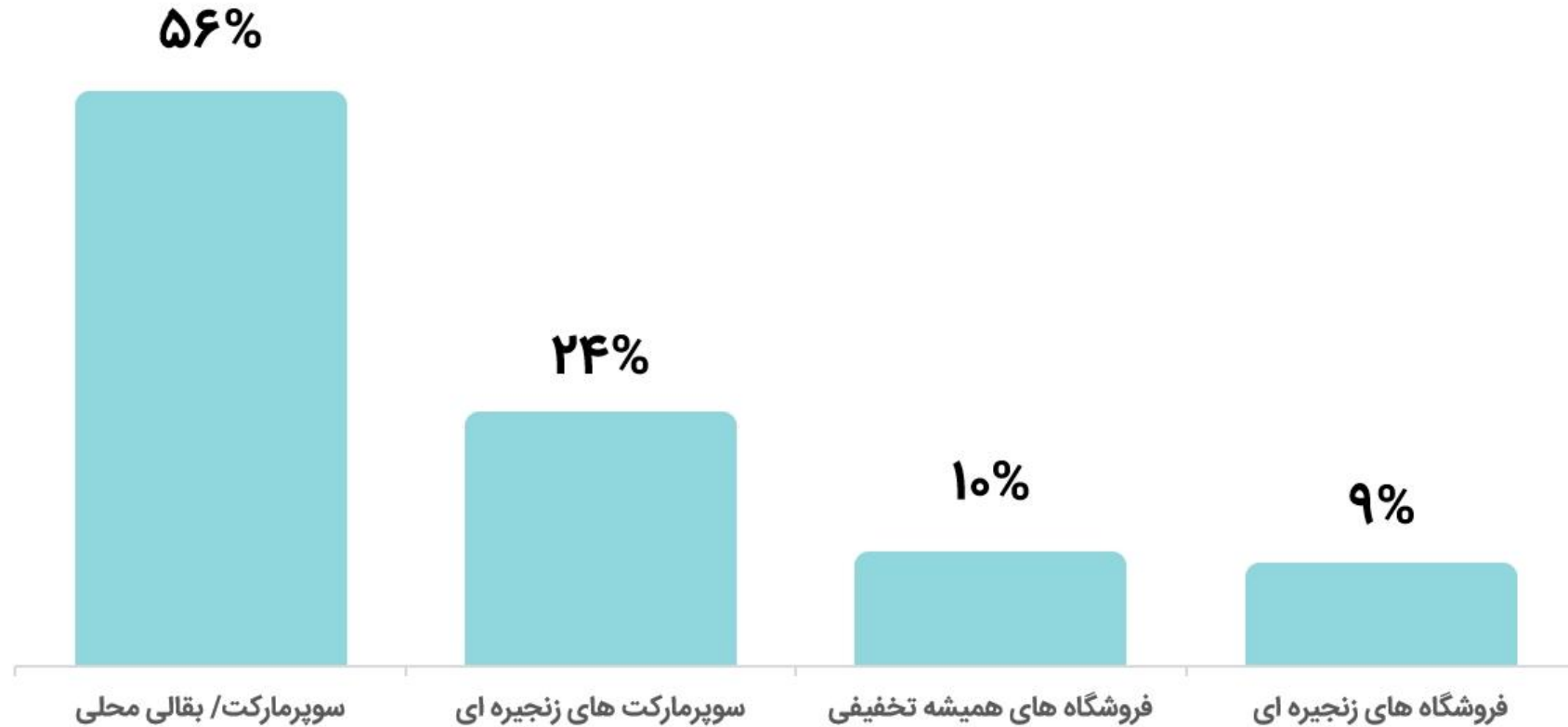
چه مقدار آنلاین و چه مقدار آفلاین خریداری شده؟



وضعیت خرید نشان میدهند که ۹۸٪ از خریداران به صورت معمول نوشابه انرژیزا را به صورت حضوری و یا سفارش تلفنی خریداری میکنند و فقط ۲٪ اقدام به خرید نوشابه انرژیزا به صورت آنلاین و از نقاط فروش آنلاین میکنند. سهم فروش آنلاین نوشابه‌های انرژیزا نسبت به سایر مواد مصرفی پایینتر است.



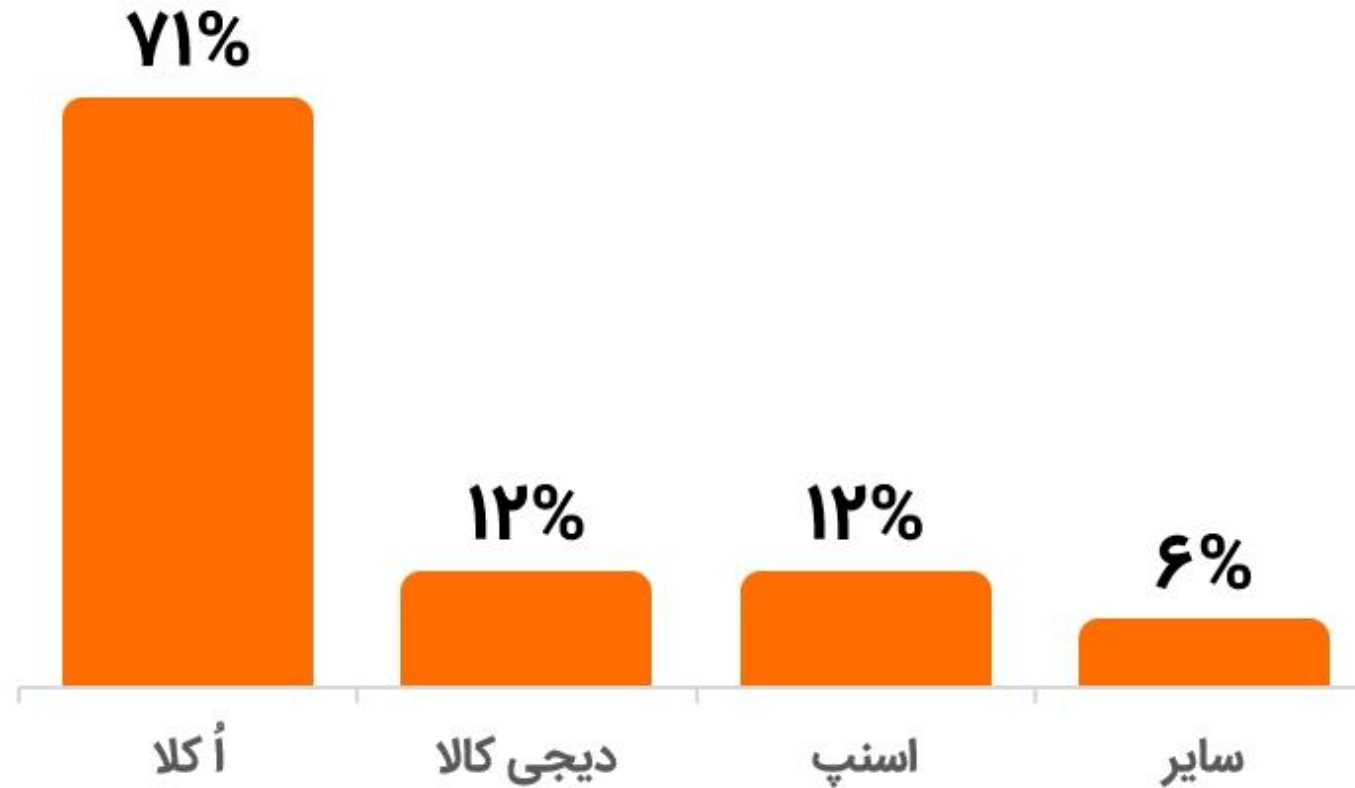
حجم خرید به تفکیک نقاط فروش آفلاین



سوپرمارکت ها و بقالی های محلی با ۵۶% بیشترین نقطه خریدی از خرید آنلاین است که خریداران برای خرید نوشابه انرژیزا به آن مراجعه میکنند. این میزان در مقایسه با دیگر رسته ها نیز تفاوت چندانی ندارد.



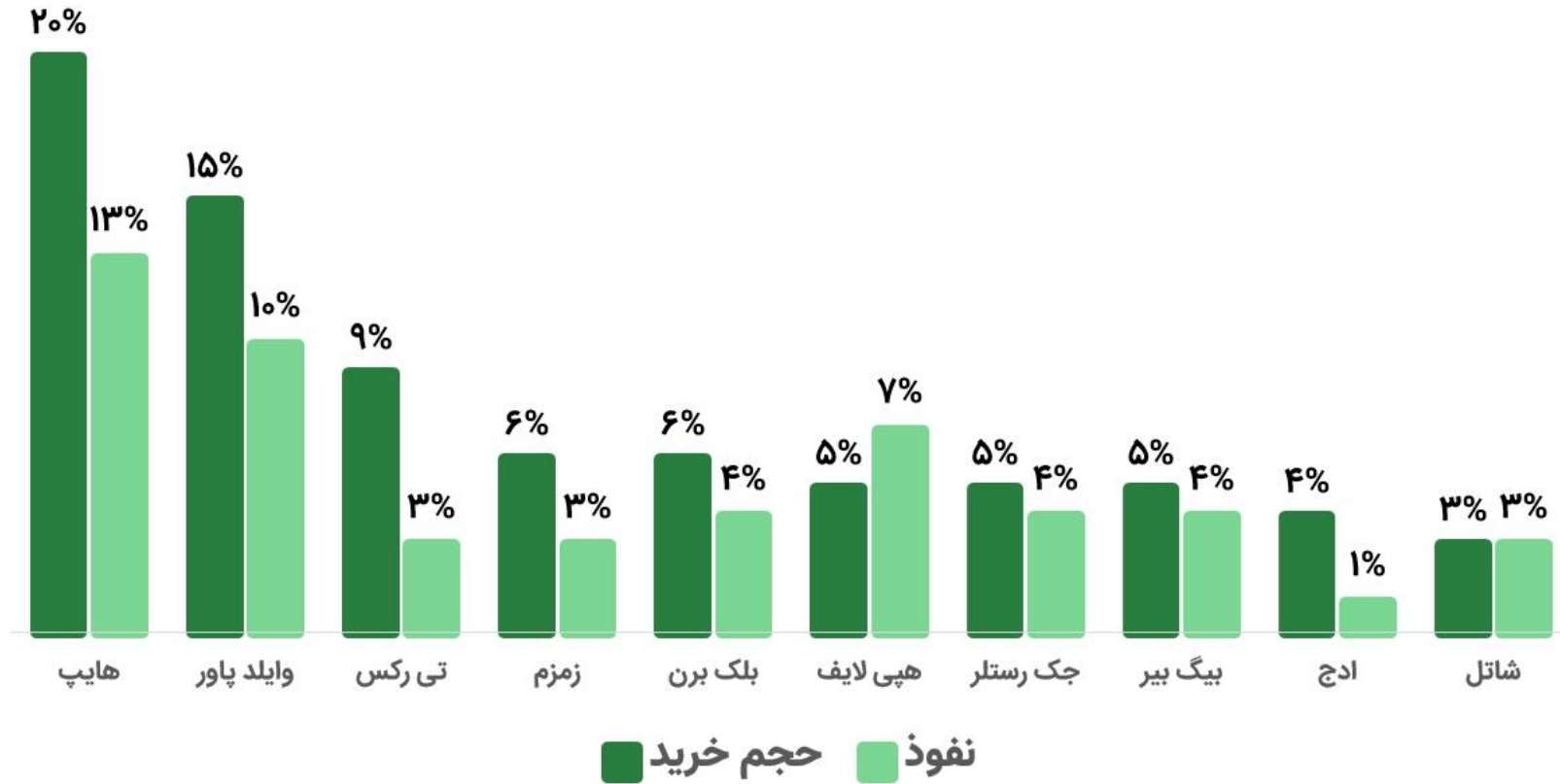
حجم خرید به تفکیک نقاط فروش آنلاین



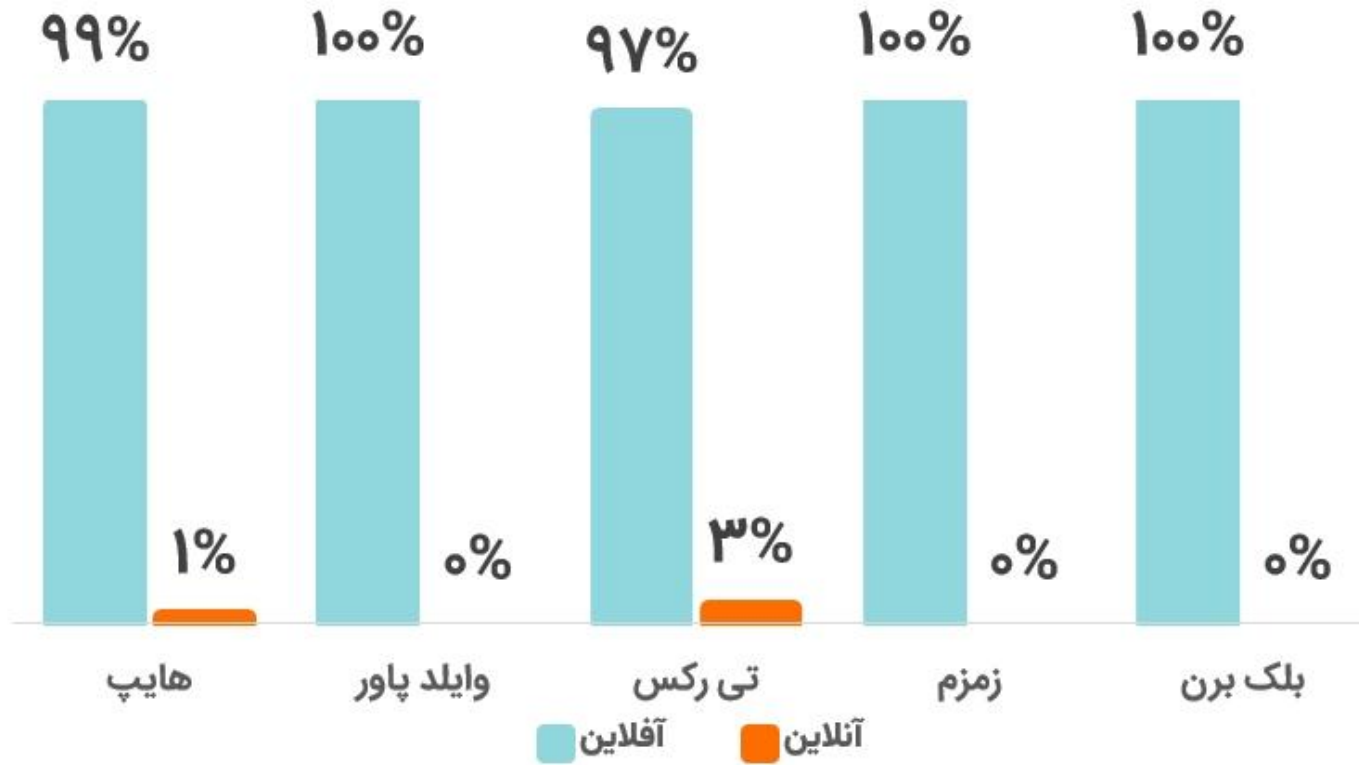
اکالا بیشترین سهم فروش آنلاین را برای نوشیدنی‌های انرژی‌زا دارد.



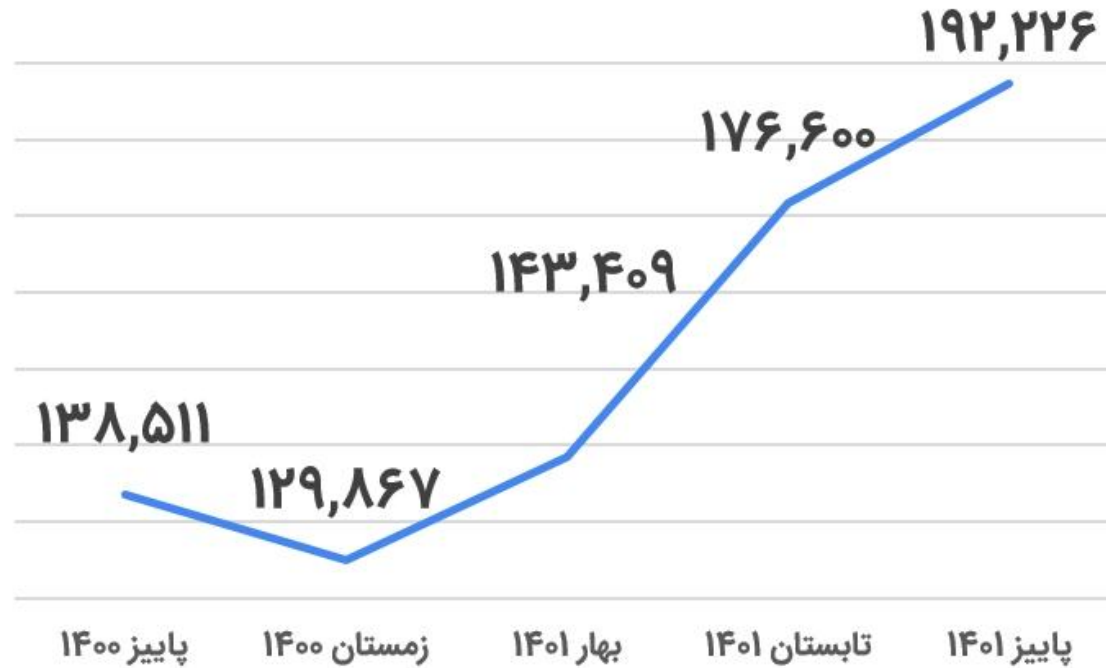
مقایسه ۱۰ برند برتر نوشابه انرژیزا در ۱۲ ماه گذشته



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



قیمت مصرف کننده نوشابه انرژیزا در ۱۲ ماه گذشته

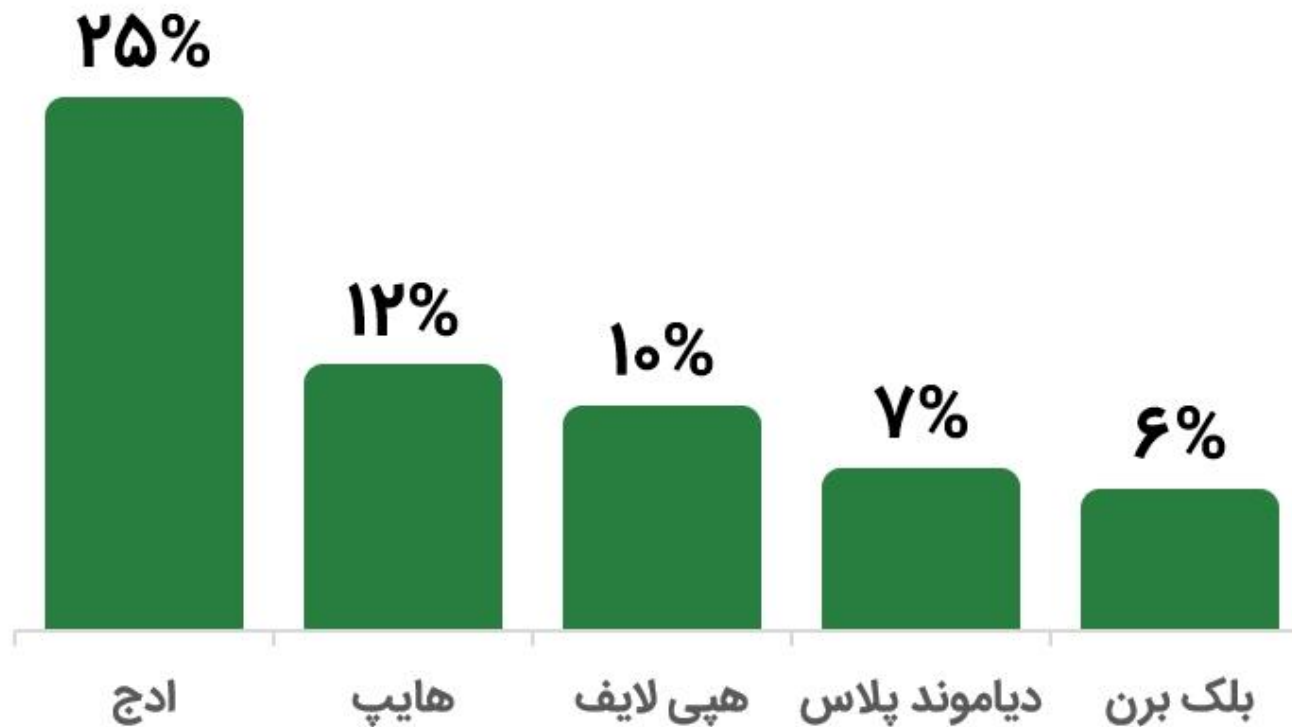


۳۹٪ رشد

قیمت متوسط نوشابه انرژیزا با در نظر گرفتن تمام انواع بسته بندی- در پاییز ۱۴۰۱ در مقایسه با نقطه ی مشابه سال قبل ۳۹٪ رشد کرده است.



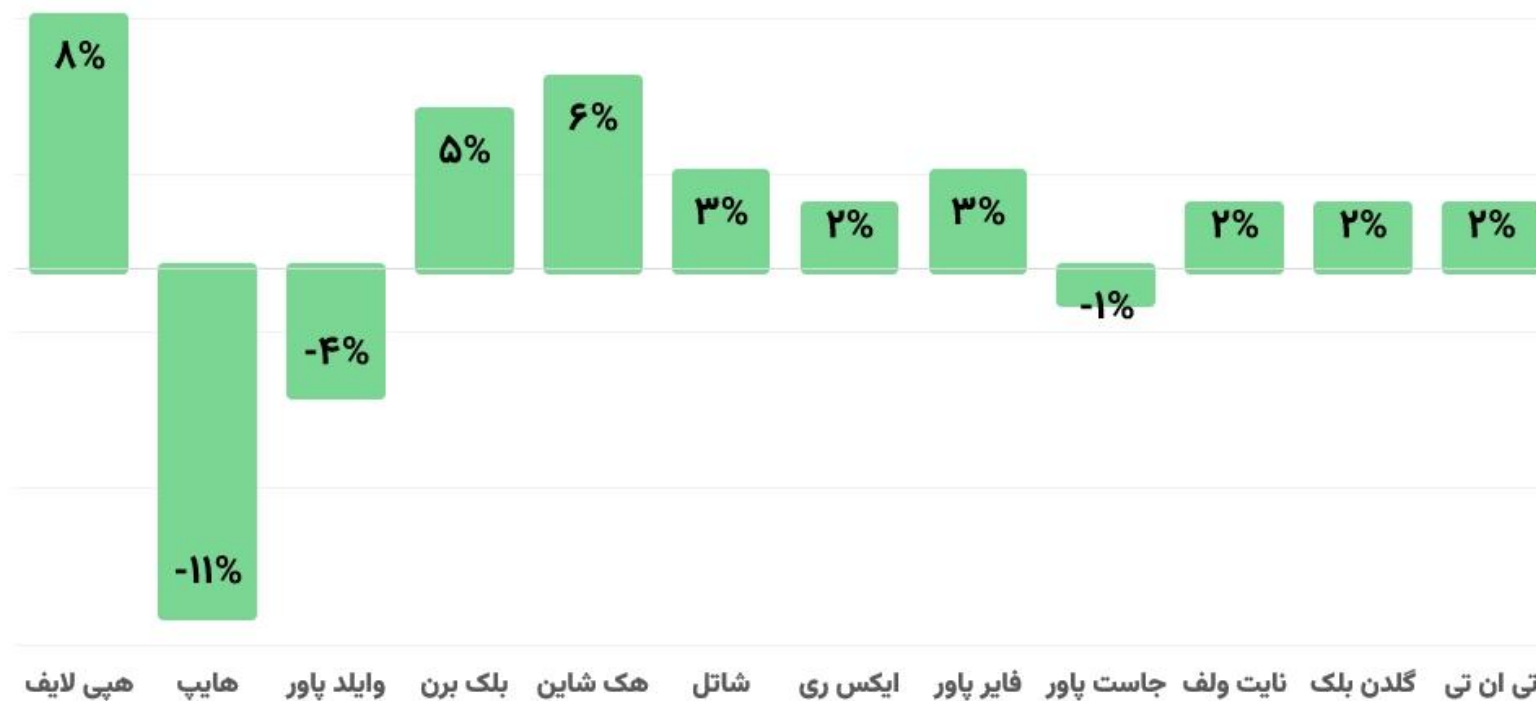
۵ برند برتر در سه ماه گذشته



برند ادج اولین برند با ۲۵٪ حجم فروش است.



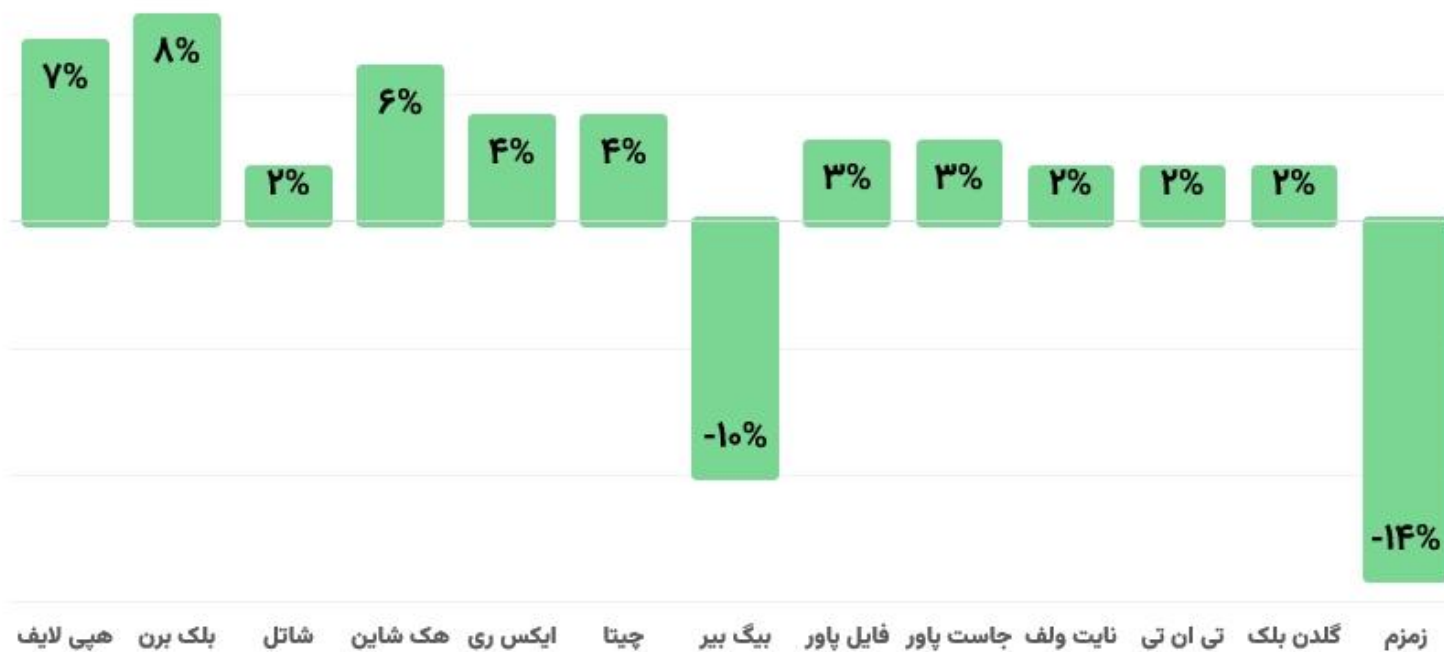
برندهایی که بیشترین تغییر رو در سهم خرید پاییز نسبت تابستان داشتند



در این بررسی ۳ ماهه برند هایپ بیشترین میزان تغییرات را داشته است



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



زمزم و بعد از آن بیگ بر بیشترین تغییرات را داشته 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 سس به ترتیب زیر است:

- گزارش سس مایونز
- گزارش سس کچاپ
- گزارش سس سالاد
- گزارش سایر انواع سس































سایر اطلاعات در دسترس در مورد محصول سس:

- در چند درصد از سبدهای خرید محصول سس خریداری شده؟
- محصولات سس چند درصد از حجم ریالی خرید خانوارها رو در بر میگیرند؟
- محصولات سس، معمولا کنار چه گروه محصولاتی خریداری میشوند؟
- برندهای مختلف سس، معمولا کنار چه برندهایی در لیست خرید قرار میگیرند؟
- محبوب ترین طعم های سس کدامند؟
- پرفروشترین SKU های سس 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، 6 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.