

ИССЛЕДОВАНИЕ РОСТА БРЕНДОВ 2023

Исследование знания и предпочтения брендов по
результатам Национального опроса в рамках
Профессионального конкурса БРЕНД ГОДА 2018-2022



Содержание

1. Об исследовании
2. Основные результаты
3. Результаты в разрезах секторов, укрупненных категорий и возрастов
4. Методология замеров

БОЛЕЕ 20 ЛЕТ МЫ ОРГАНИЗОВЫВАЕМ БРЕНД ГОДА – ПЕРВЫЙ И ЕДИНСТВЕННЫЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС В СФЕРЕ МАРКЕТИНГА И БРЕНДИНГА В БЕЛАРУСИ

БРЕНД ГОДА – ЭТО



20+

лет истории профессионального конкурса



360°

всесторонняя оценка бренда



560+

белорусских и зарубежных брендов среди участников



250+

участников заключительной церемонии

ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА



[Все победители](#)



МЫ РЕШИЛИ ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ НАКОПЛЕННЫЕ ДАННЫЕ С НАЧАЛА 2018 ГОДА О СПОНТАННОМ ЗНАНИИ И ПРЕДПОЧТЕНИИ БРЕНДОВ В БОЛЕЕ ЧЕМ 100 КАТЕГОРИЯХ И ВЫДЕЛИТЬ ТЕХ, КТО ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛ НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ ИЛИ ПАДЕНИЕ ПО РЕЗУЛЬТАТУ 2022 ГОДА

МЕТОДОЛОГИЯ* ИССЛЕДОВАНИЯ РОСТА БРЕНДОВ, 2018-2022

КАКИЕ БРЕНДЫ ПОПАЛИ В ИССЛЕДОВАНИЕ?

- Для данного анализа мы отобрали бренды, по которым имеем данные за более чем один год, а также тех, кто набрал более 2% спонтанного знания в 2022 году.
- Это позволяет нам отследить динамику и сосредоточиться на наиболее значимых и стабильных брендах, которые заслуживают особого внимания.

НА КАКИХ ПОКАЗАТЕЛЯХ СТОИТ ФОКУСИРОВАТЬСЯ?

В рамках данного исследования мы решили посмотреть на **прирост показателей спонтанного знания и предпочтения** брендов. Эти показатели – одни из ключевых при оценке успеха маркетинговых действий и привлекательности для потребителей.

ЧТО ТАКОЕ ПРИРОСТ В ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТАХ?

(Позволяет сравнить себя с конкурентами)

Прирост в процентных пунктах отражает **изменение в абсолютных значениях**, например, увеличение на 5 п.п. с 10% до 15%.

...И ПРИРОСТ В ПРОЦЕНТАХ?

(Позволяет оценить рост относительно себя самого)

Прирост в процентах показывает **изменение к начальному значению**, выражая его в **процентном соотношении**.

... И ЧТО МЫ ПОЛУЧИЛИ?

ТОПЫ БЫСТРОРАСТУЩИХ / БЫСТРОПАДАЮЩИХ БРЕНДОВ И КАТЕГОРИЙ, В ТОМ ЧИСЛЕ В СЛЕДУЮЩИХ РАЗРЕЗАХ:

ПО СЕКТОРУ

- Товары
- Услуги
- Продукты питания

ПО УКРУПНЕННЫМ КАТЕГОРИЯМ

- Retail
- E-commerce

ПО ВОЗРАСТУ

- 18-29 лет
- 30-44 лет
- 45-60 лет

ПРИМЕЧАНИЕ

- Для сравнения брендов с конкурентами значения на графиках отсортированы по убыванию/возрастанию прироста в процентных пунктах.
- Из-за округления значения прироста могут отличаться на столбчатых диаграммах и в элементах под ними.



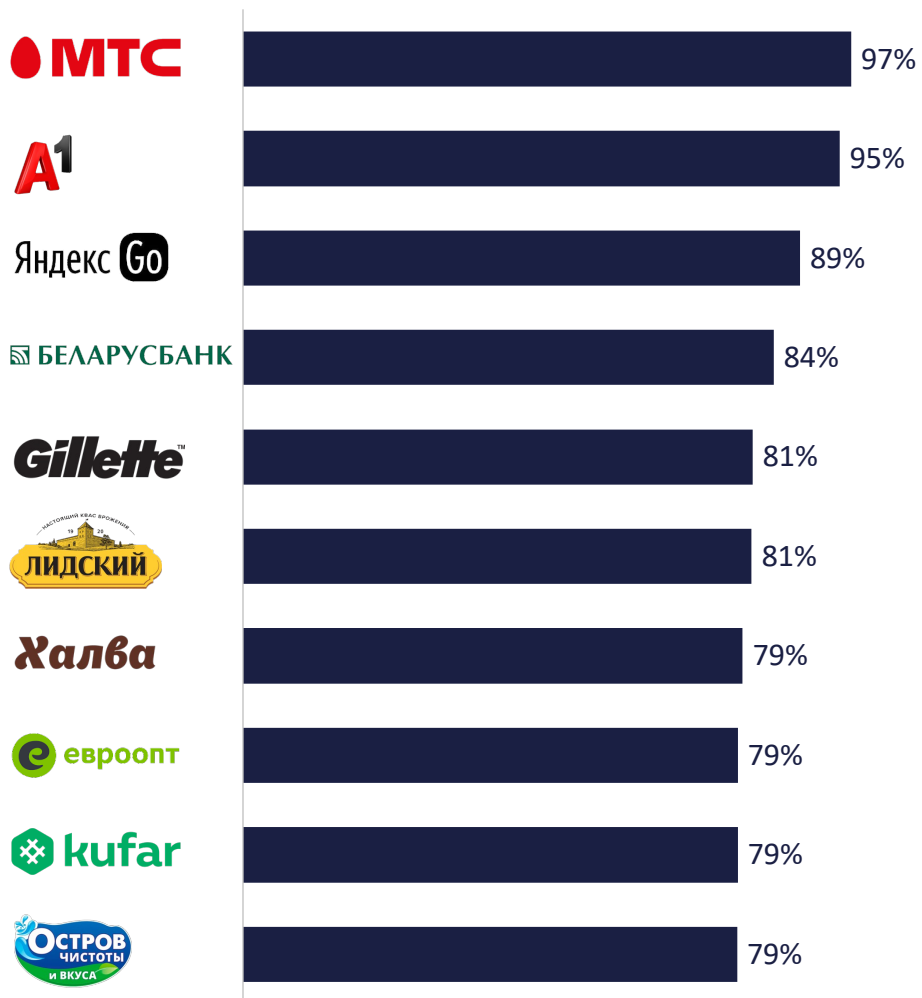
Мы стремимся использовать наиболее актуальные и полные данные, доступные на момент проведения исследования. Однако в нашем исследовании могут возникать пропуски данных в некоторых годах, а также некоторые бренды могут начать измеряться и анализироваться и после 2018 года, например, с 2020 года (по причине добавления новых категорий)

Содержание

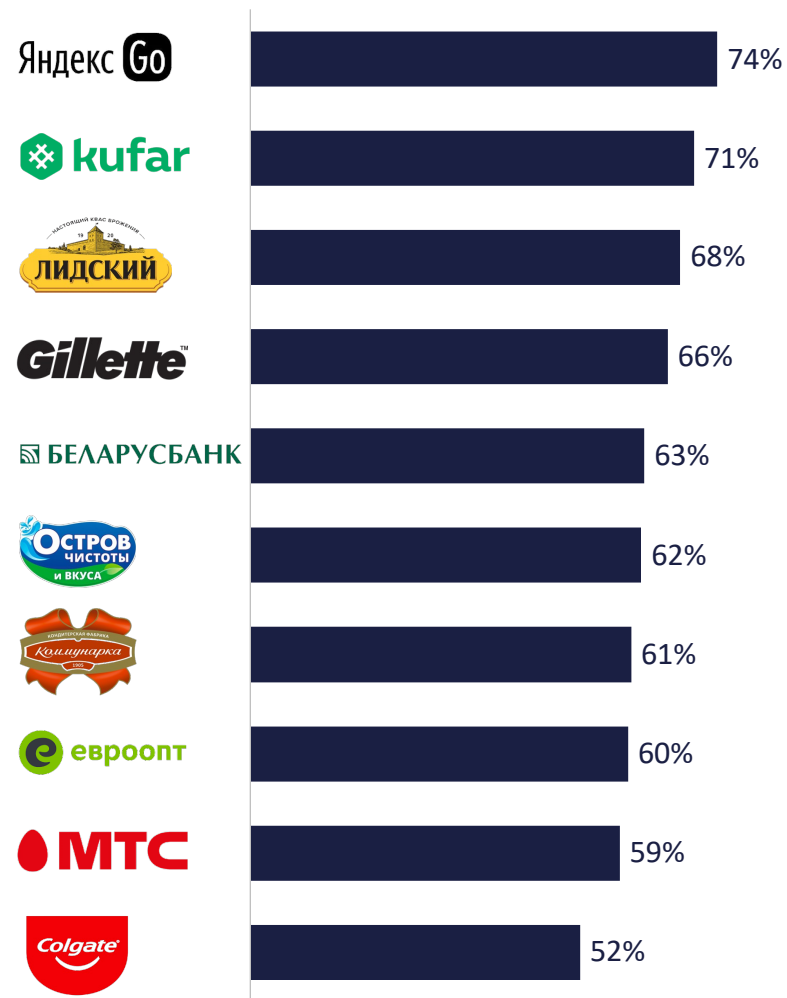
1. Об исследовании
2. Основные результаты
3. Результаты в разрезах секторов, укрупненных категорий и возрастов
4. Методология замеров

ЛИДЕРЫ ПО СПОНТАННОМУ ЗНАНИЮ И ПРЕДПОЧТЕНИЮ В СВОИХ КАТЕГОРИЯХ В 2022 ГОДУ

НАИБОЛЕЕ ЧАСТО УПОМИНАЕМЫЕ БРЕНДЫ ПО ЗНАНИЮ, 2022



НАИБОЛЕЕ ЧАСТО УПОМИНАЕМЫЕ БРЕНДЫ ПО ПРЕДПОЧТЕНИЮ, 2022



НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ КАК С СПОНТАННОМ ЗНАНИИ, ТАК И В ПРЕДПОЧТЕНИИ ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛА КАТЕГОРИЯ «СЛУЖБЫ ТАКСИ»

ПРИРОСТ СПОНТАННОГО ЗНАНИЯ СРЕДИ КАТЕГОРИЙ* В ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТАХ ЗА 5 ЛЕТ



ПРИРОСТ ПРЕДПОЧТЕНИЯ СРЕДИ КАТЕГОРИЙ* В ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТАХ ЗА 5 ЛЕТ



*Методология расчета: прирост категории рассчитывался как среднее значение прироста всех брендов в этой категории.



... А САМОЕ СЕРЬЕЗНОЕ ПАДЕНИЕ КАК С СПОНТАННОМ ЗНАНИИ, ТАК И В ПРЕДПОЧТЕНИИ – У КАТЕГОРИИ «СУХИЕ СТРОИТЕЛЬНЫЕ СМЕСИ»

УБЫЛЬ СПОНТАННОГО ЗНАНИЯ СРЕДИ КАТЕГОРИЙ* В ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТАХ ЗА 5 ЛЕТ



УБЫЛЬ ПРЕДПОЧТЕНИЯ СРЕДИ КАТЕГОРИЙ* В ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТАХ ЗА 5 ЛЕТ



*Методология расчета: прирост категории рассчитывался как среднее значение прироста всех брендов в этой категории.

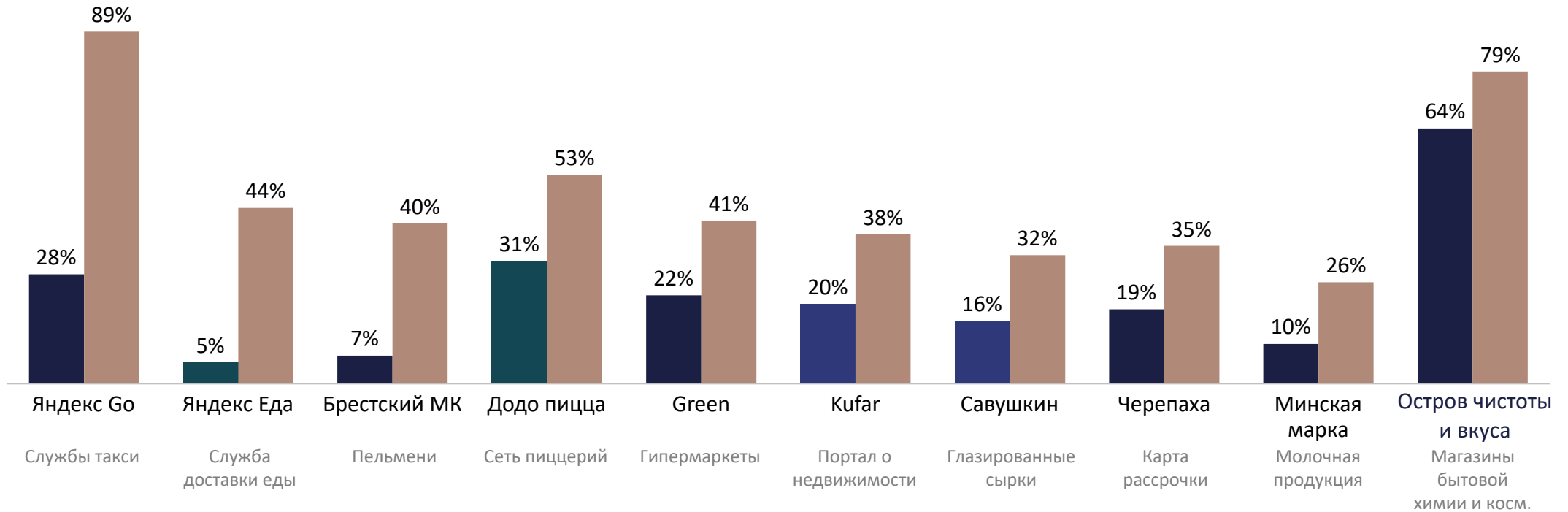


НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ ПО СПОНТАННОМУ ЗНАНИЮ У БРЕНДА «ЯНДЕКС GO» В КАТЕГОРИИ СЛУЖБЫ ТАКСИ

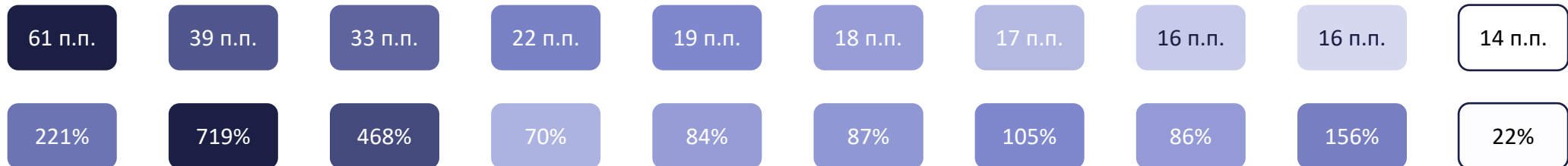


САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ БРЕНДЫ ПО ЗНАНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2019 2020 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

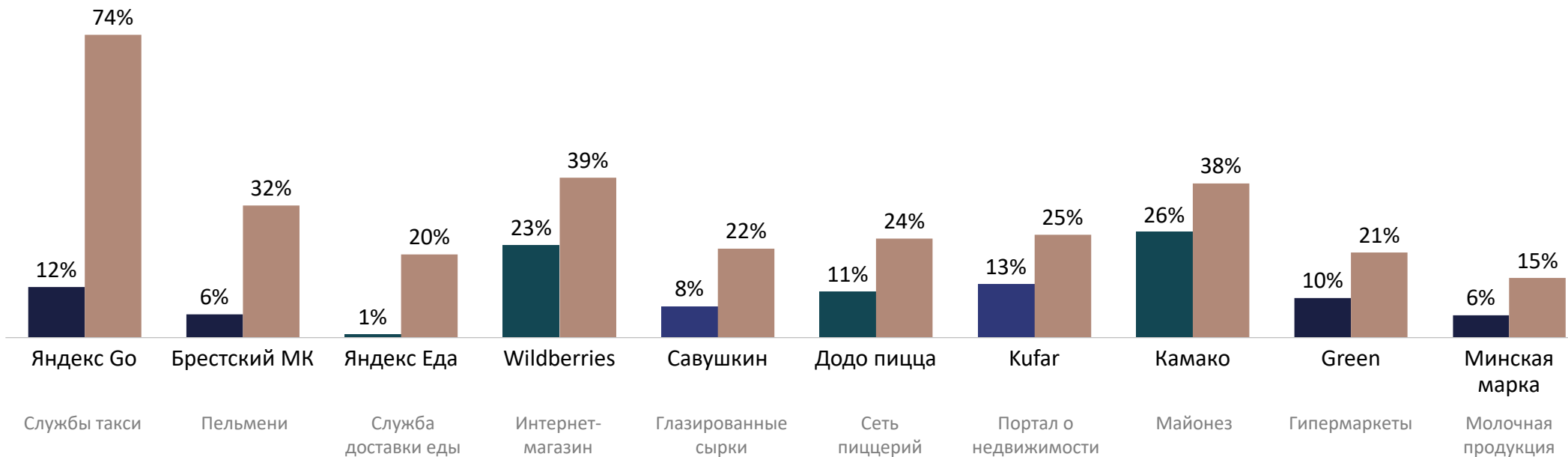


....ПРИ ЭТОМ «ЯНДЕКС GO» ЕЩЕ И ЛИДЕР ПО ПРИРОСТУ В ПРЕДПОЧТЕНИИ



САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ БРЕНДЫ ПО ПРЕДПОЧТЕНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

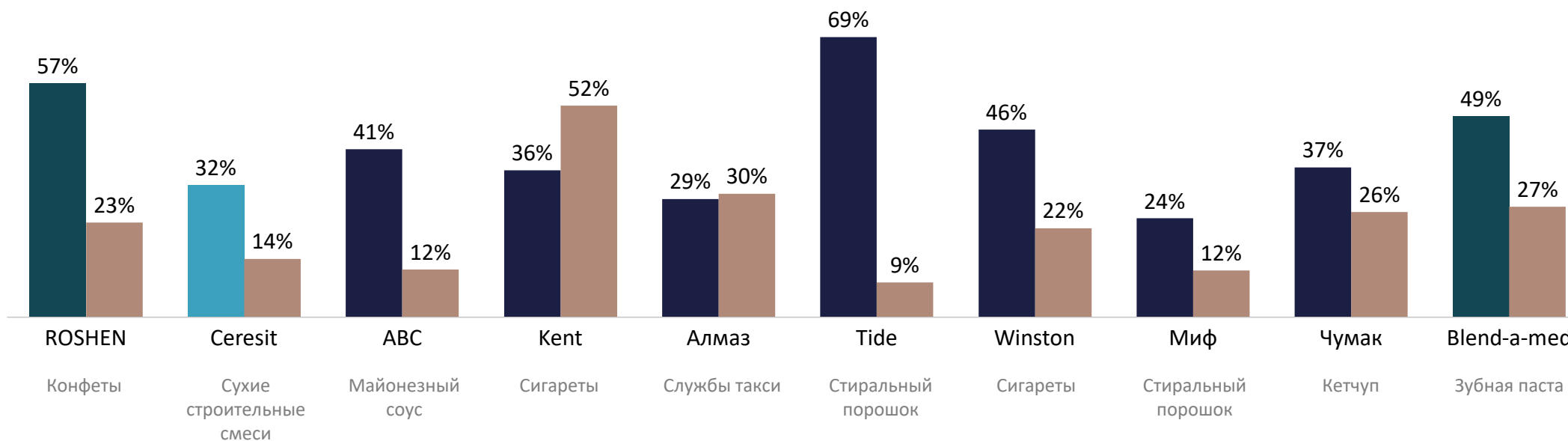


ГЛАВНЫМ ANTI-ЛИДЕРОМ ПРИРОСТА СПОНТАННОГО ЗНАНИЯ ЯВЛЯЕТСЯ БРЕНД «ROSHEN» В КАТЕГОРИИ КОНФЕТЫ

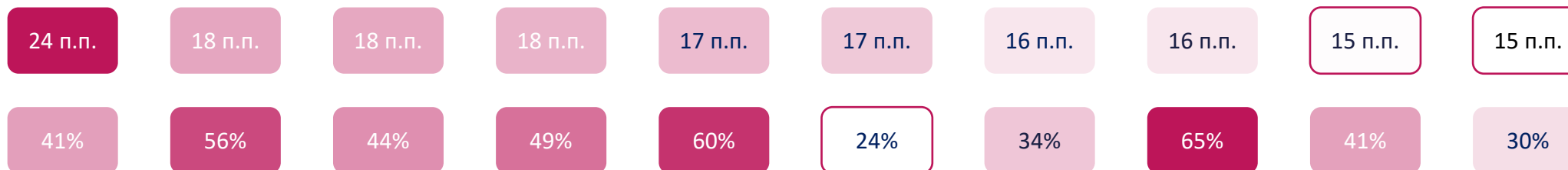


САМЫЕ БЫСТРОУБЫВАЮЩИЕ БРЕНДЫ ПО ЗНАНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2019 2020 2021 2022



ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

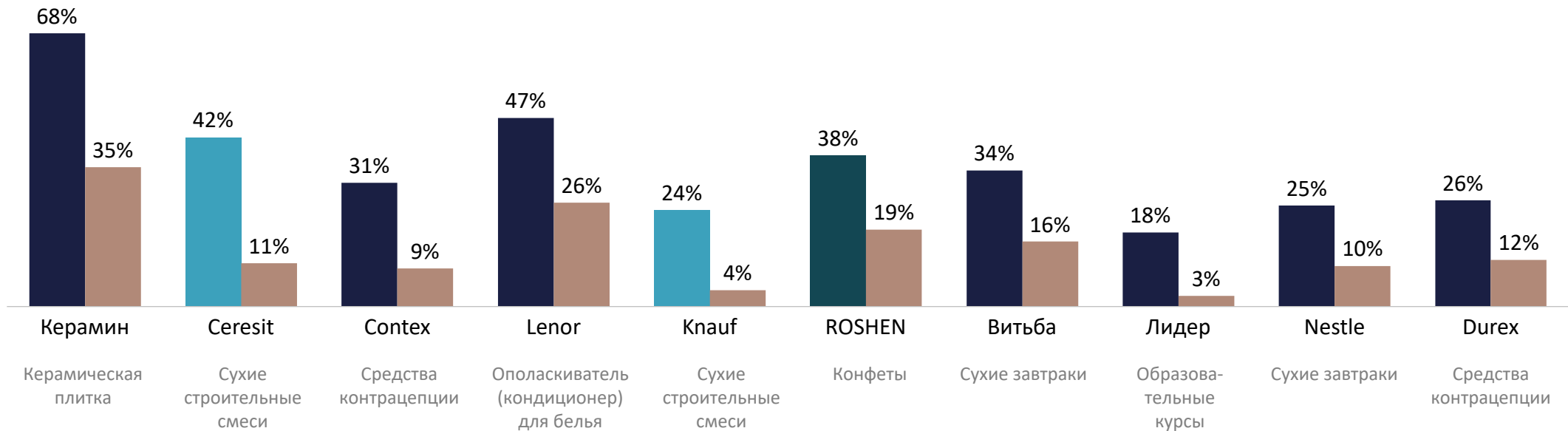


... А САМОЕ СИЛЬНОЕ ПАДЕНИЕ В ПРЕДПОЧТЕНИИ У БРЕНДА «КЕРАМИН» В КАТЕГОРИИ КЕРАМИЧЕСКАЯ ПЛИТКА

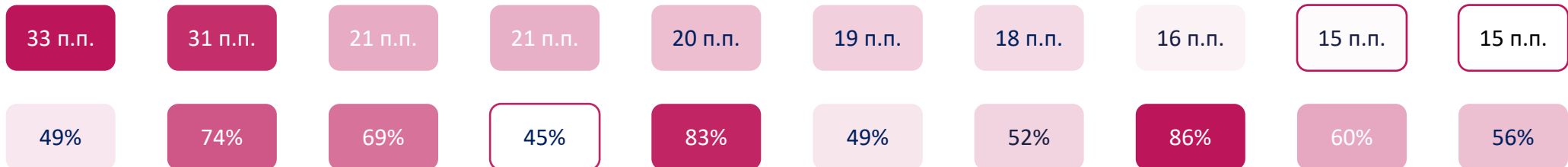


САМЫЕ БЫСТРОУБЫВАЮЩИЕ БРЕНДЫ ПО ПРЕДПОЧТЕНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2019 2020 2021 2022



ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться



Содержание

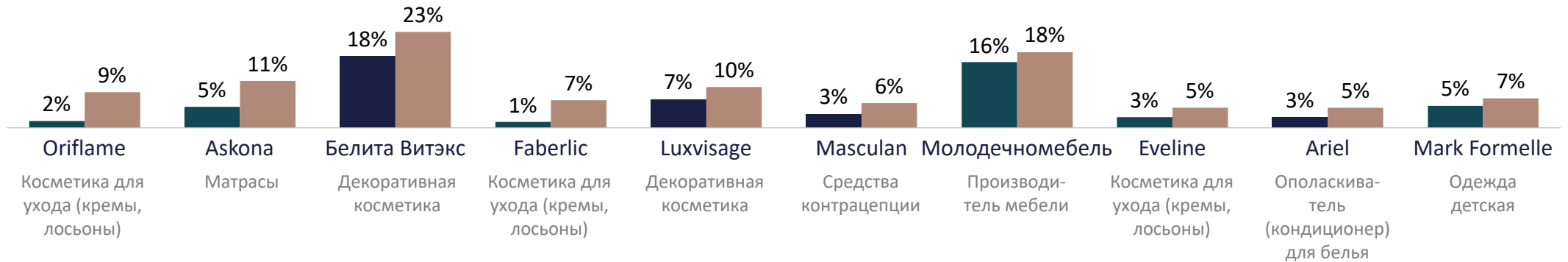
1. Об исследовании
2. Основные результаты
3. Результаты в разрезах секторов, укрупненных категорий и возрастов
4. Методология замеров

«ORIFLAME» В КАТЕГОРИИ КОСМЕТИКА ДЛЯ УХОДА – ЛИДЕР ПО ПРИРОСТУ СПОНТАННОГО ЗНАНИЯ В СЕКТОРЕ ТОВАРЫ



САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ БРЕНДЫ В СЕКТОРЕ ТОВАРОВ ПО СПОНТАННОМУ ЗНАНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2020 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

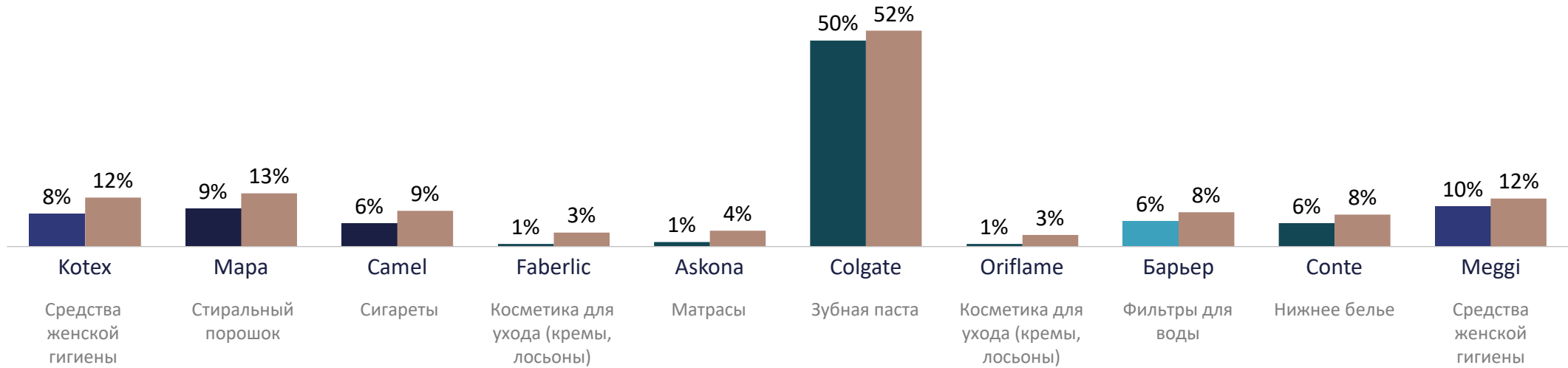


НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ В ПРЕДПОЧТЕНИИ - У «КОТЕХ» И «МАРЫ»



САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ БРЕНДЫ В СЕКТОРЕ ТОВАРОВ ПО ПРЕДПОЧТЕНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2019 2020 2021 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

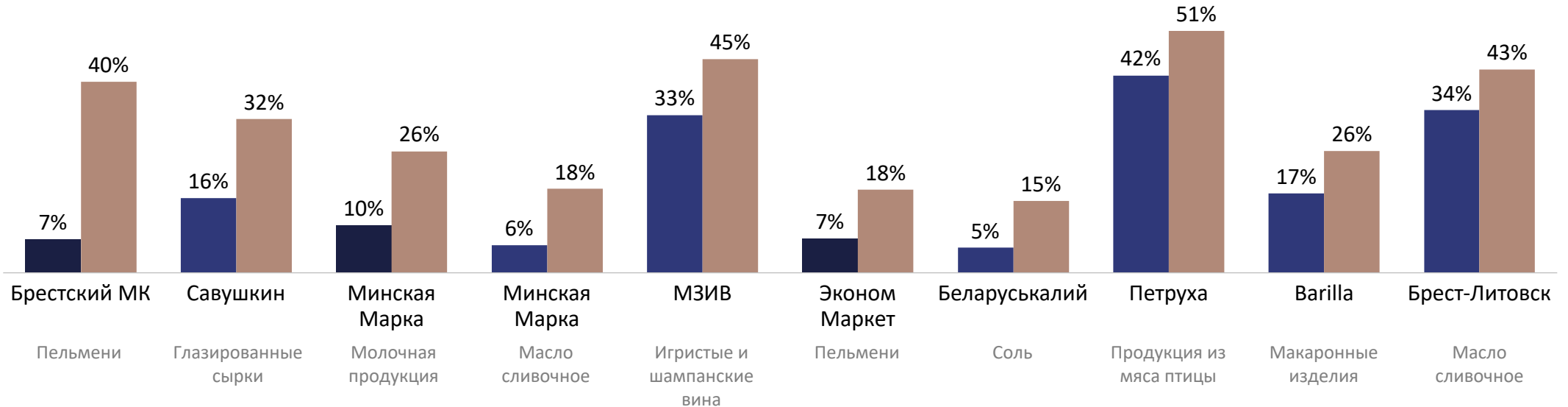


СРЕДИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ СПОНТАННОГО ЗНАНИЯ НАБЛЮДАЛСЯ У «БРЕСТСКОГО МК» В КАТЕГОРИИ ПЕЛЬМЕНИ



ТОП БЫСТРОРАСТУЩИХ БРЕНДОВ ПО ЗНАНИЮ СРЕДИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2019 2020 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

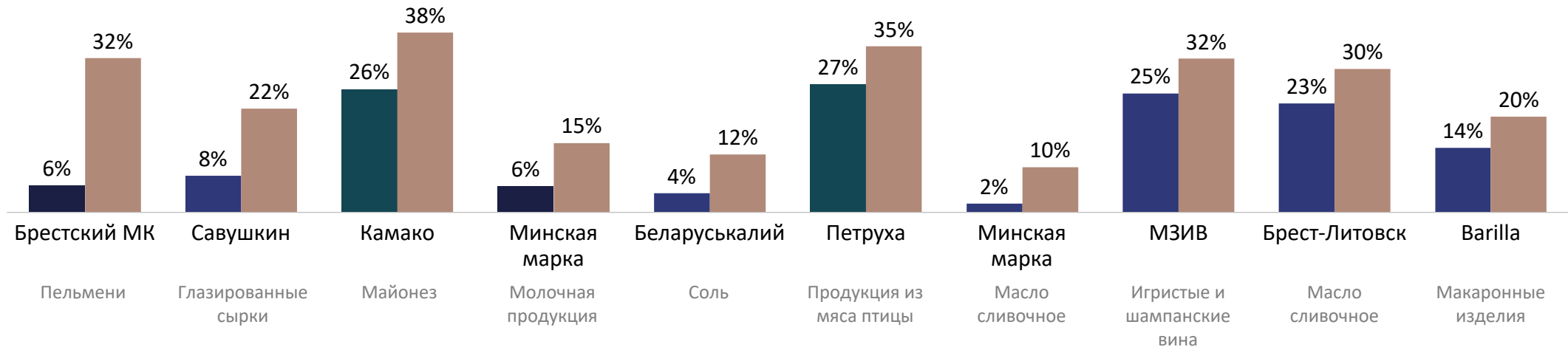


В ПРИРОСТЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ «БРЕСТСКИЙ МК» ТАКЖЕ ЛИДИРУЕТ



ТОП БЫСТРОРАСТУЩИХ БРЕНДОВ ПО ПРЕДПОЧТЕНИЮ СРЕДИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2019 2020 2022



ПРИРОСТ



макс мин

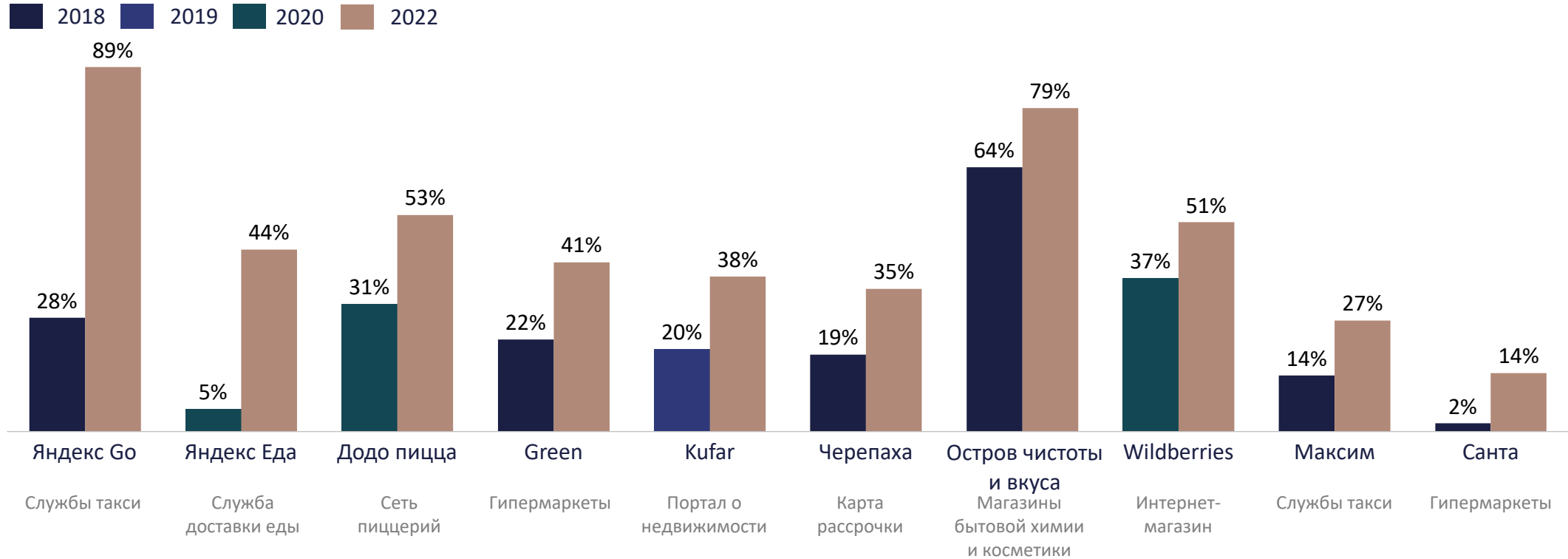
*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться



В СЕКТОРЕ УСЛУГИ НИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ СПОНТАННОГО ЗНАНИЯ У «ЯНДЕКС GO» В КАТЕГОРИИ СЛУЖБЫ ТАКСИ



САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ БРЕНДЫ В СЕКТОРЕ УСЛУГ ПО СПОНТАННОМУ ЗНАНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

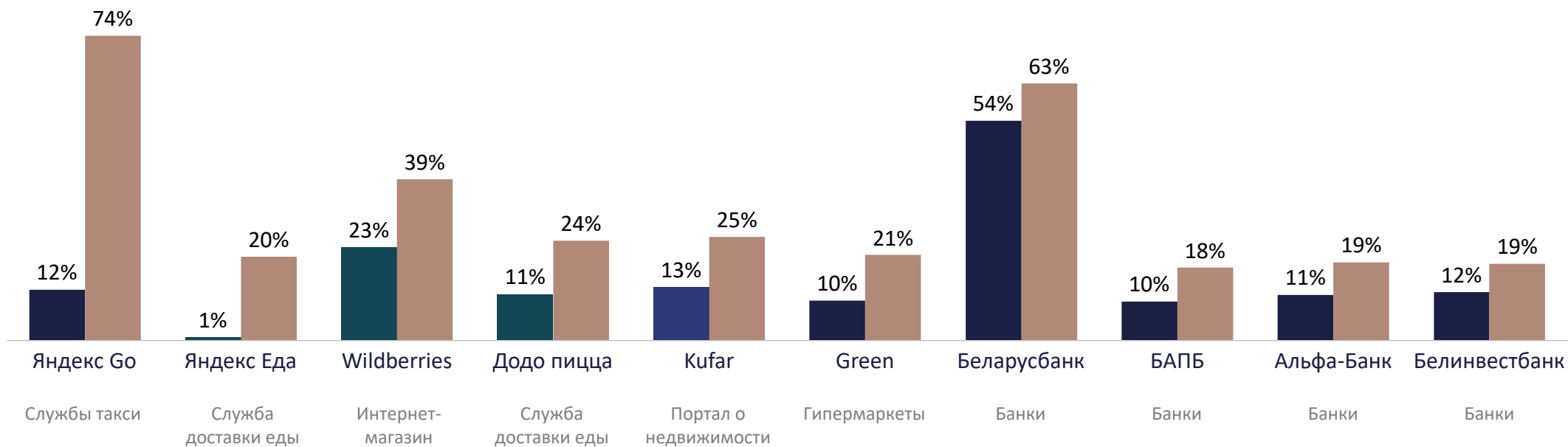


«ЯНДЕКС GO» ТАКЖЕ ЛИДИРУЕТ И ПО ПРИРОСТУ ПРЕДПОЧТЕНИЯ



САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ БРЕНДЫ В СЕКТОРЕ УСЛУГ ПО ПРЕДПОЧТЕНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2019 2020 2021 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

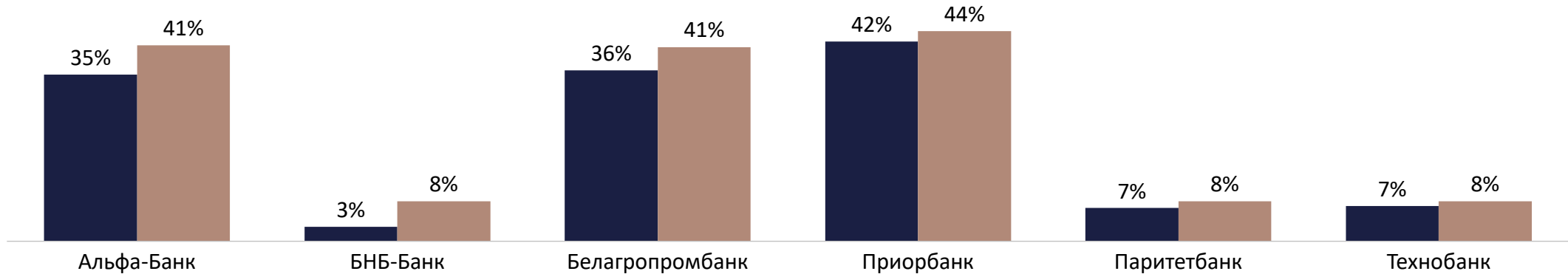


В КАТЕГОРИИ БАНКИ НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ СПОНТАННОГО ЗНАНИЯ НАБЛЮДАЛСЯ У «АЛЬФА-БАНКА»

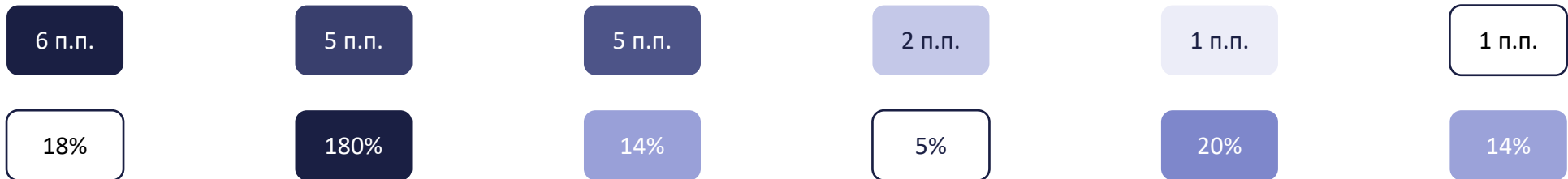


ТОП БЫСТРОРАСТУЩИХ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ БАНКИ ПО СПОНТАННОМУ ЗНАНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

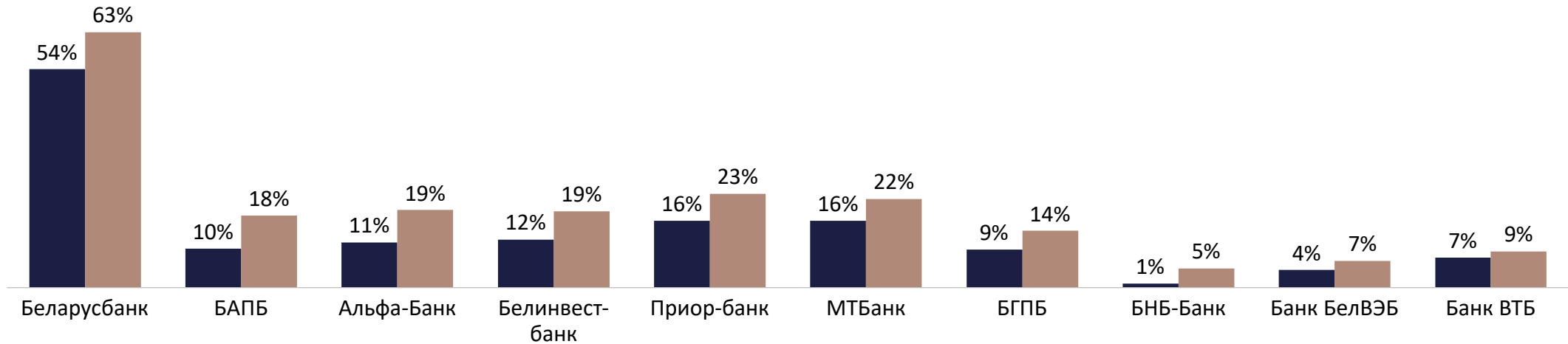


...ПРИ ЭТОМ В ПРЕДПОЧТЕНИИ НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ У «БЕЛАРУСБАНКА»

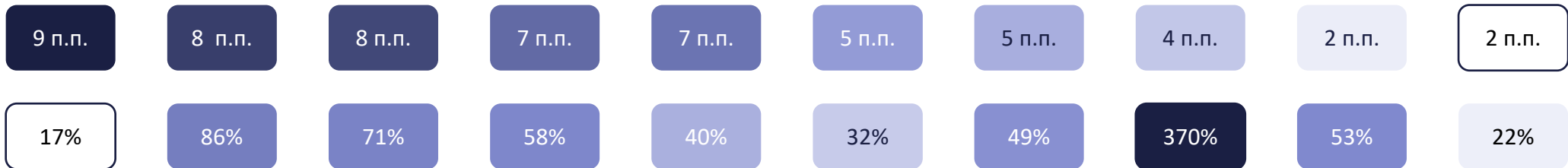


ТОП БЫСТРОРАСТУЩИХ БРЕНДОВ В КАТЕГОРИИ БАНКИ ПО ПРЕДПОЧТЕНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

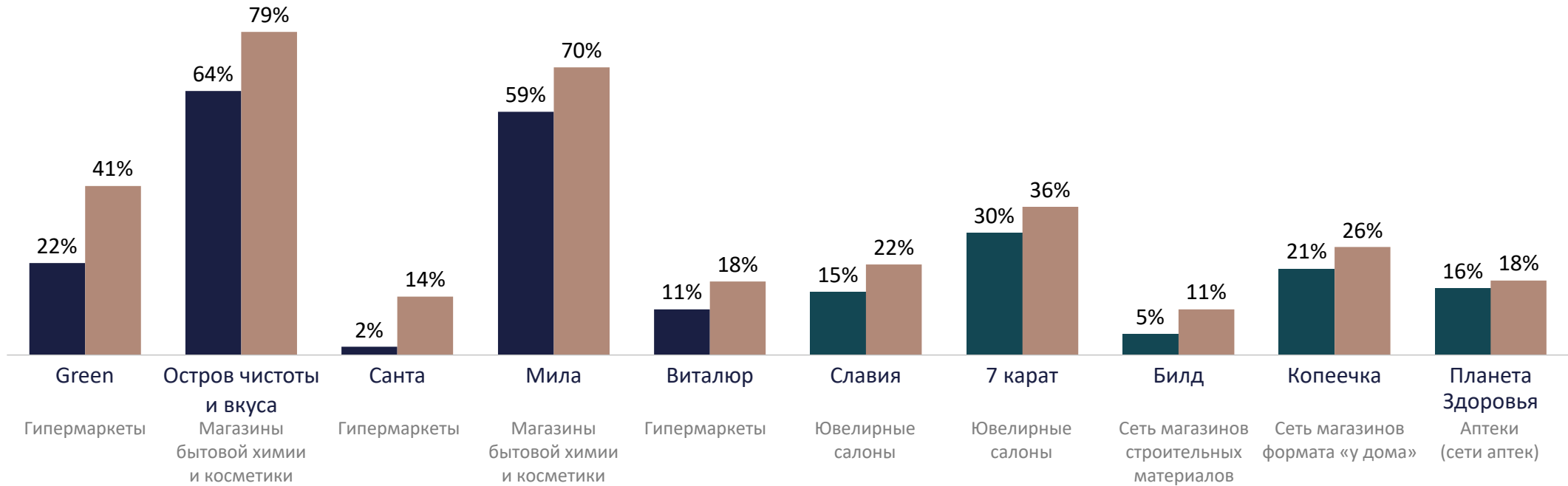


В СФЕРЕ RETAIL «GREEN» ВЫРОС СИЛЬНЕЕ ВСЕХ КОНКУРЕНТОВ В СПОНТАННОМ ЗНАНИИ



САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ БРЕНДЫ В RETAIL ПО СПОНТАННОМУ ЗНАНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2020 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

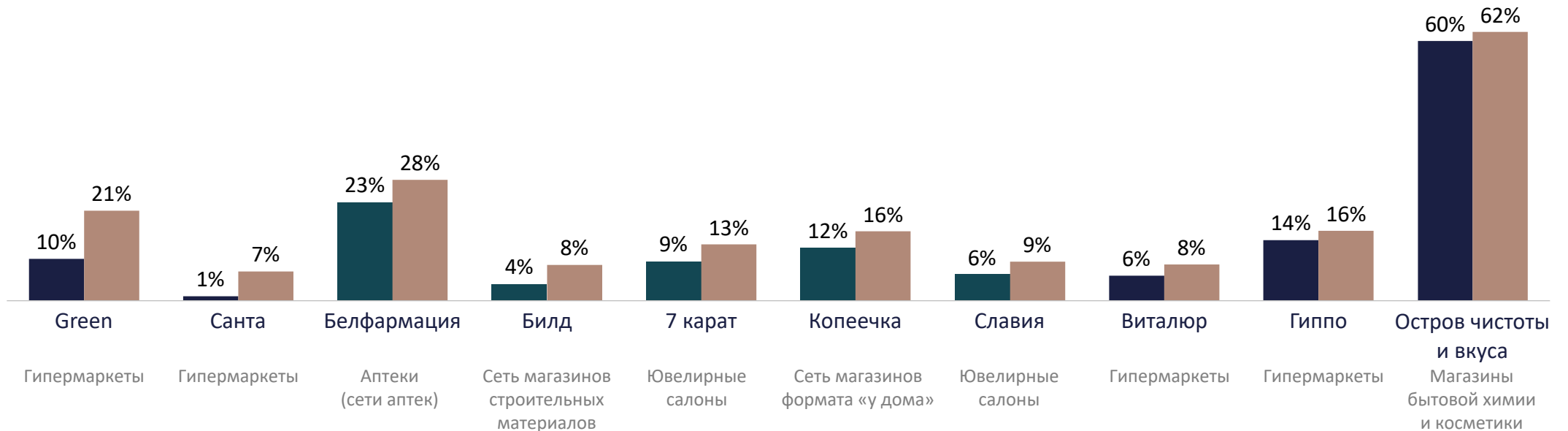


В ПРЕДПОЧТЕНИИ «GREEN» ТАК ЖЕ ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛ НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ

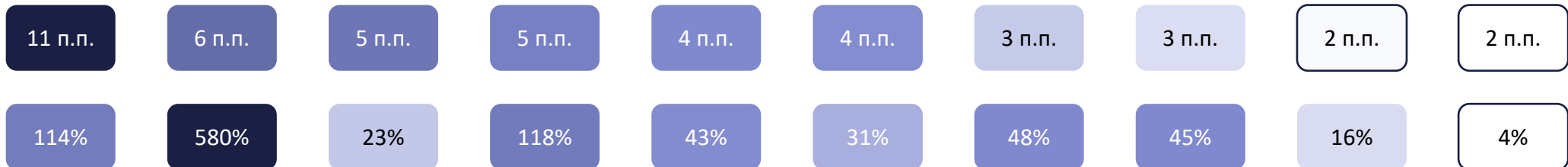


САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ БРЕНДЫ В RETAIL ПО ПРЕДПОЧТЕНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2018 2020 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

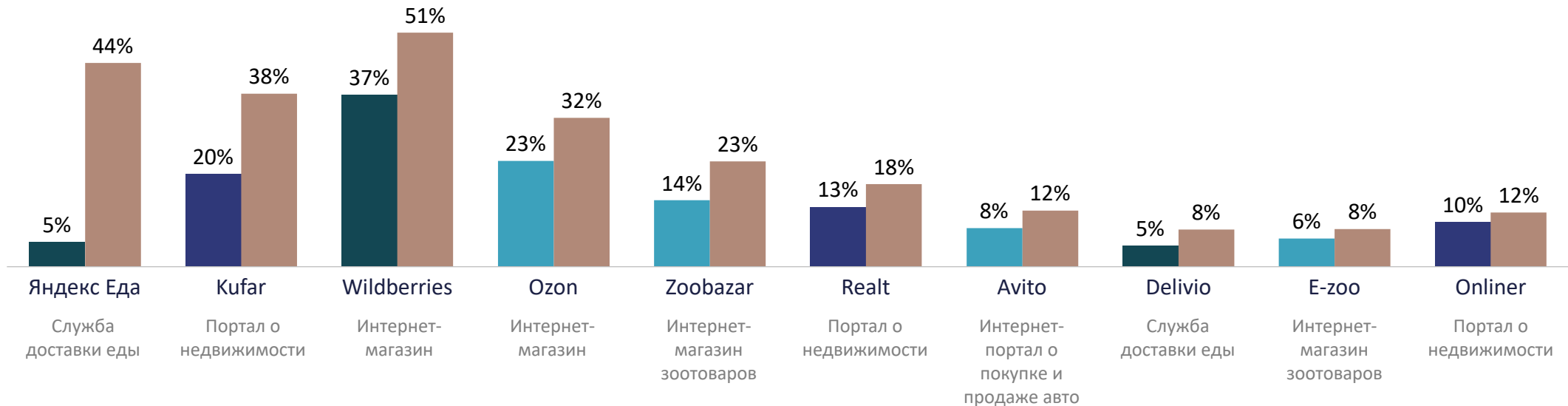




В СФЕРЕ E-COMMERCE НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ ПО СПОНТАННОМУ ЗНАНИЮ У БРЕНДА «ЯНДЕКС ЕДА» В КАТЕГОРИИ СЛУЖБЫ ДОСТАВКИ ЕДЫ

САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ БРЕНДЫ В E-COMMERCE ПО СПОНТАННОМУ ЗНАНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



ПРИРОСТ



макс мин

*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться

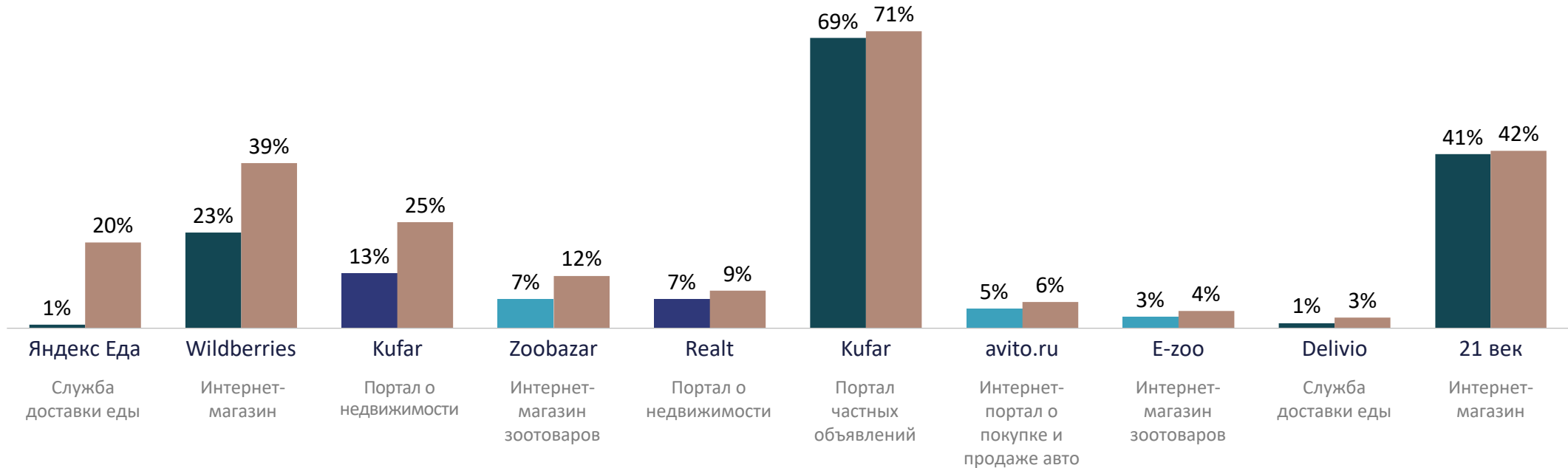


«ЯНДЕКС ЕДА» ТАК ЖЕ ЛИДЕР ПО ПРИРОСТУ В ПРЕДПОЧТЕНИИ



САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ БРЕНДЫ В E-COMMERCE ПО ПРЕДПОЧТЕНИЮ ЗА 5 ЛЕТ*

2019 2020 2021 2022



ПРИРОСТ



макс мин

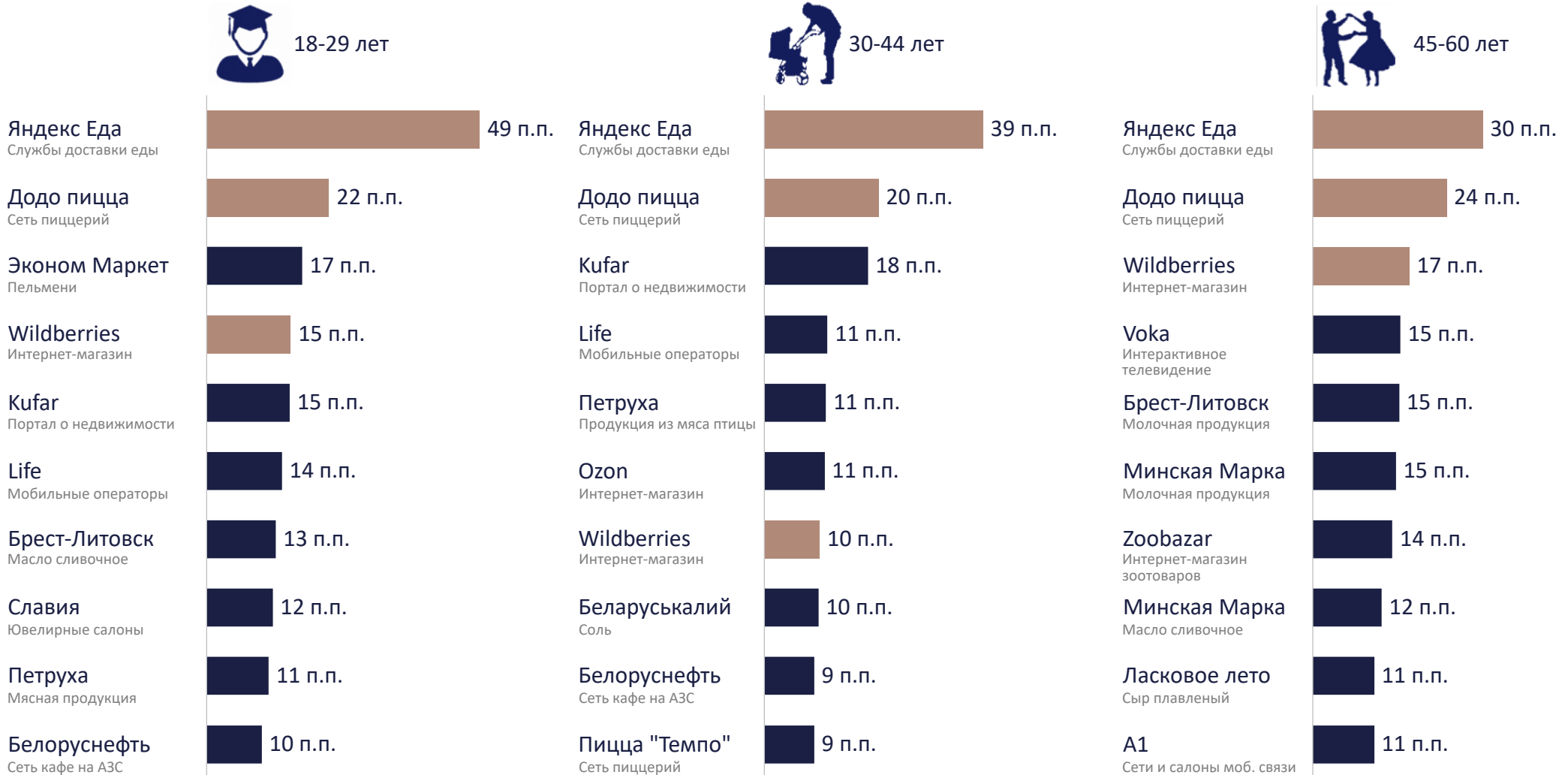
*Некоторые категории были введены позже других, из-за чего базовый год у категорий может отличаться



СРЕДИ ТРЕХ ГРУПП ВОЗРАСТОВ НАИБОЛЬШИЙ ПРИРОСТ У БРЕНДА «ЯНДЕКС ЕДА» В КАТЕГОРИИ СЛУЖБЫ ДОСТАВКИ ЕДЫ



РОСТ В ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТАХ В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТОВ ЗА 3 ГОДА*



■ - Бренды, повторяющиеся среди всех возрастов

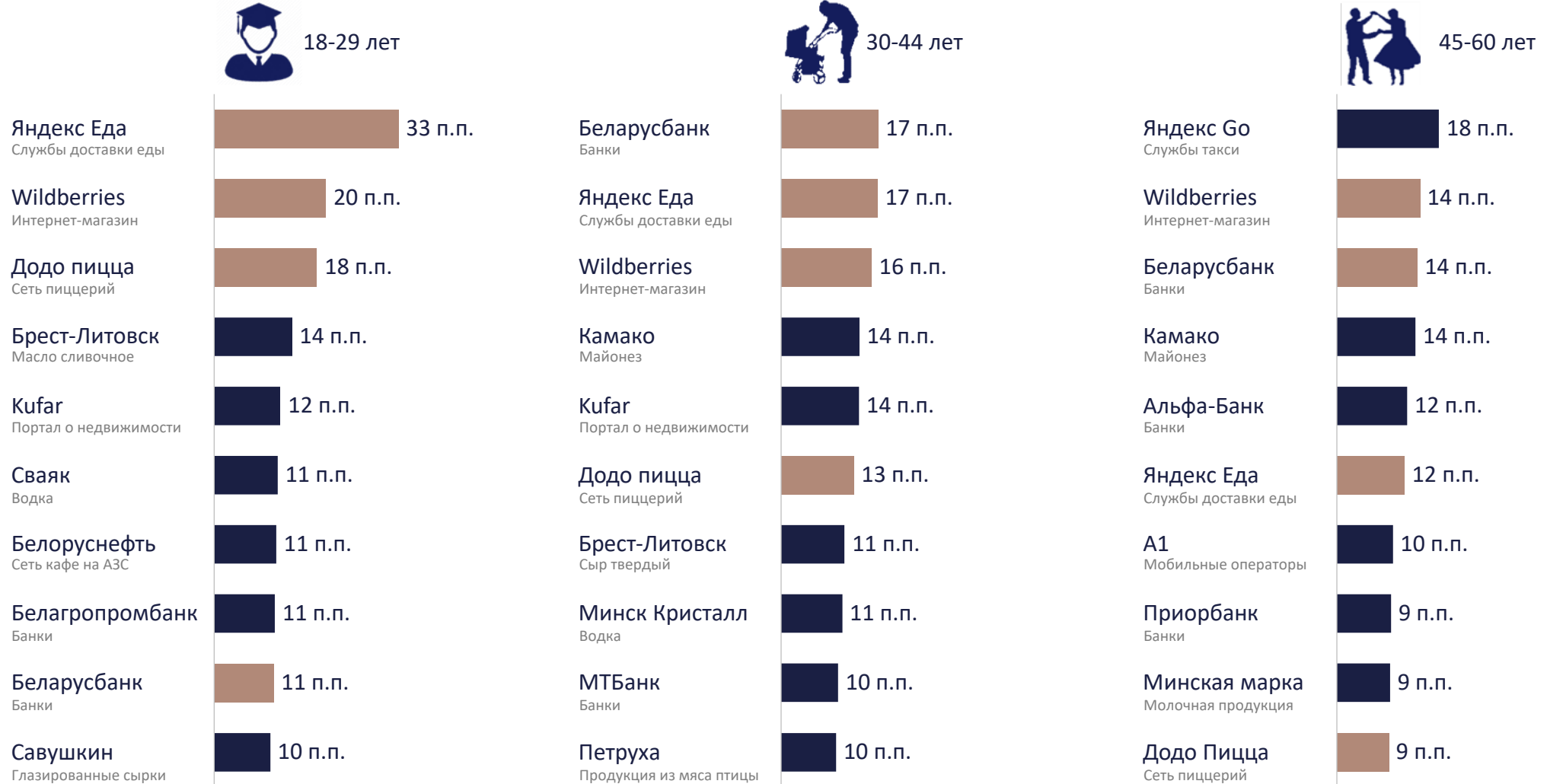
*Из-за некоторых отличий в методологии сбора данных Бренда Года, анализ разреза по возрастам представлен с 2020 года.

ПРЕДПОЧТЕНИЕ БРЕНДОВ

«WILDBERRIES» НАХОДИТСЯ В ТОП-3 БРЕНДОВ С НАИБОЛЬШИМ ПРИРОСТОМ ПО ПРЕДПОЧТЕНИЮ СРЕДИ ВСЕХ АНАЛИЗИРУЕМЫХ ГРУПП ВОЗРАСТОВ



РОСТ В ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТАХ В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТОВ ЗА 3 ГОДА*



- Бренды, повторяющиеся среди всех возрастов

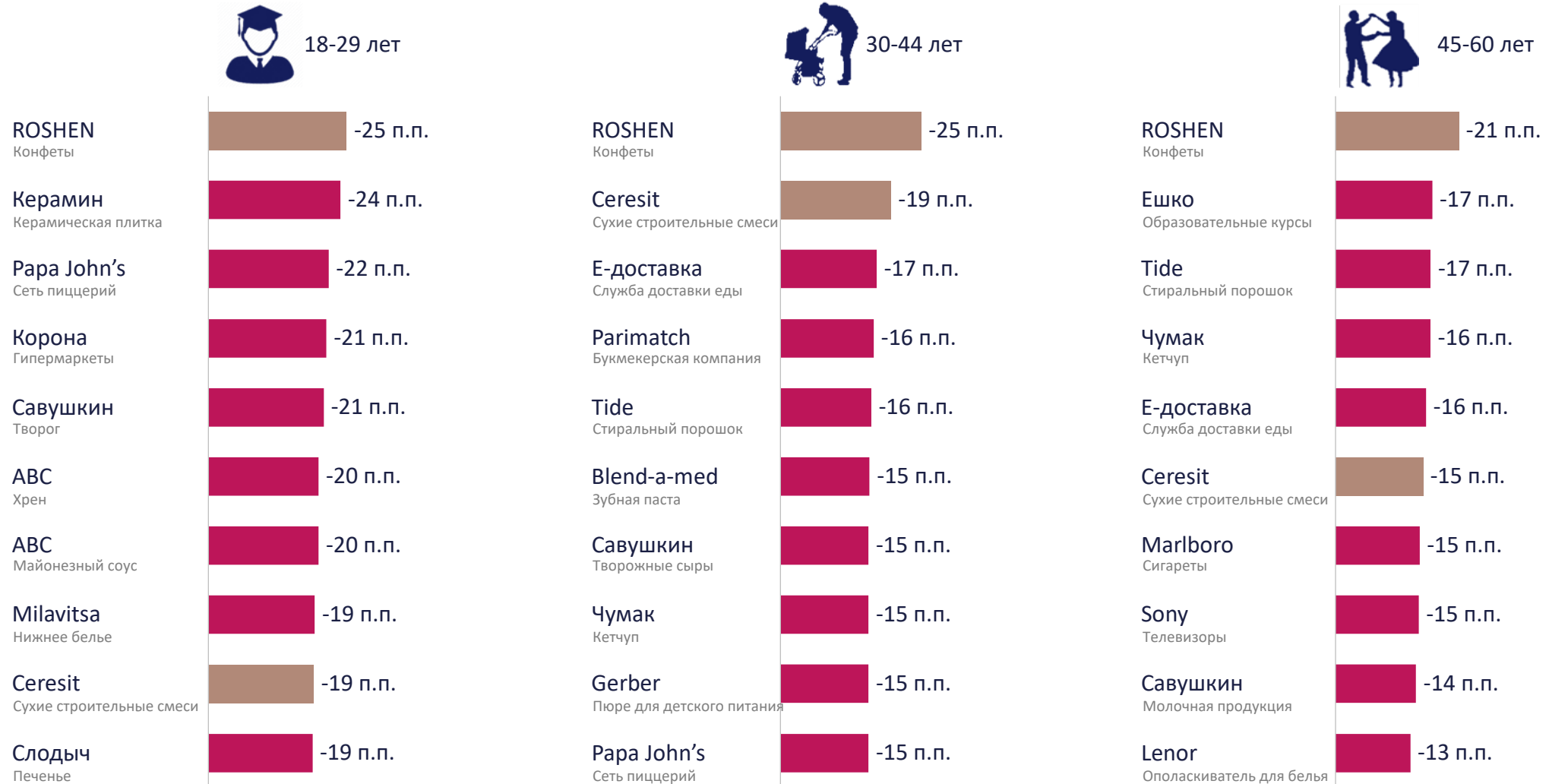
*Из-за некоторых отличий в методологии сбора данных Бренда Года, анализ разреза по возрастам представлен с 2020 года.



САМАЯ ВЫСОКАЯ УБЫЛЬ В СПОНТАННОМ ЗНАНИИ У БРЕНДА «ROSHEN» В КАТЕГОРИИ КОНФЕТЫ СРЕДИ ВСЕХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП



УБЫЛЬ В ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТАХ В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТОВ ЗА 3 ГОДА*



- Бренды, повторяющиеся среди всех возрастов

*Из-за некоторых отличий в методологии сбора данных Бренда Года, анализ разреза по возрастам представлен с 2020 года.

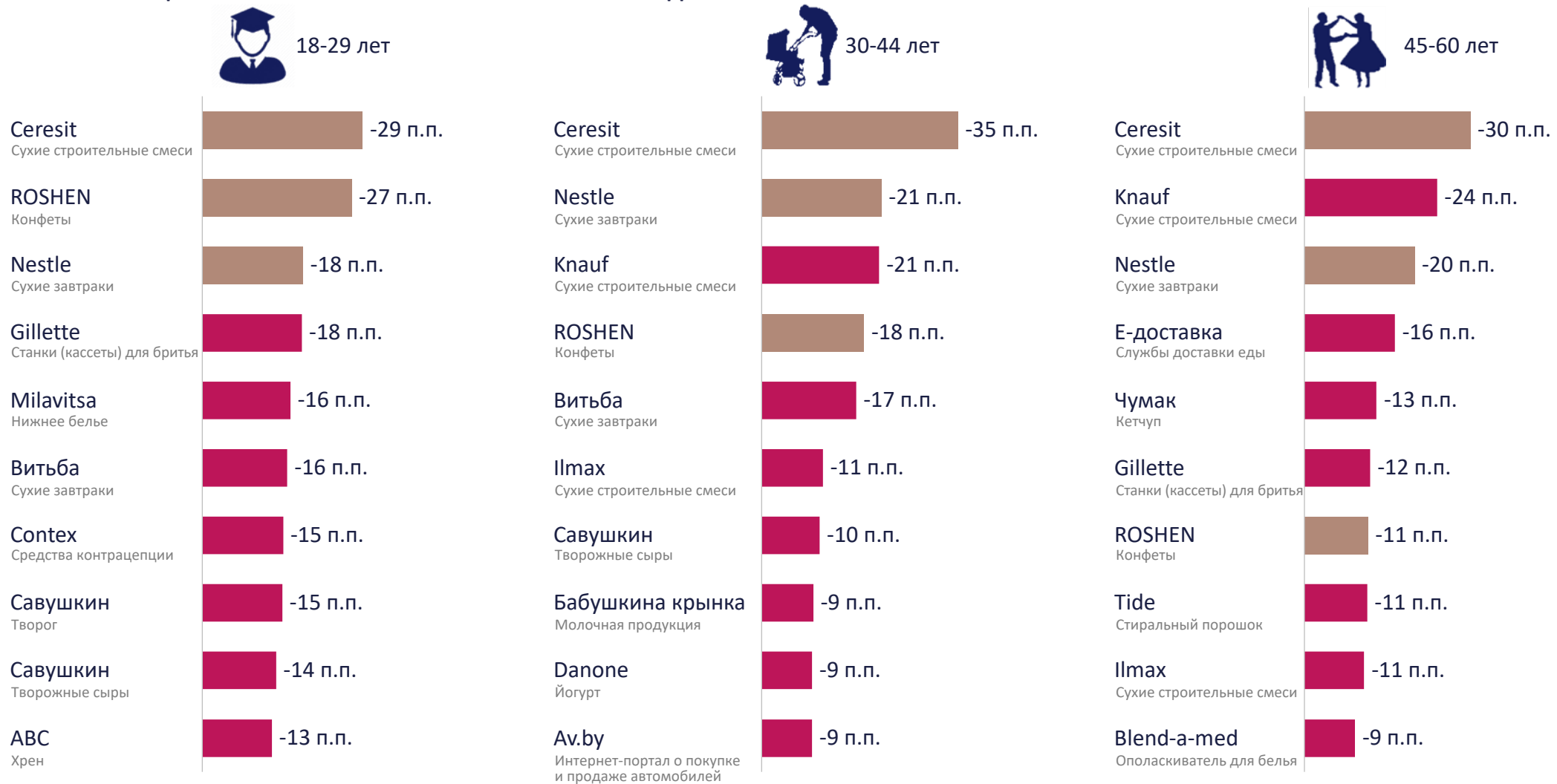


ПРЕДПОЧТЕНИЕ БРЕНДОВ

БРЕНД «CERESIT» В КАТЕГОРИИ СУХИЕ СТРОИТЕЛЬНЫЕ СМЕСИ ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛ НАИБОЛЬШЕЕ ПАДЕНИЕ В КАЖДОЙ ИЗ ГРУПП



УБЫЛЬ В ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТАХ В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТОВ ЗА 3 ГОДА*



■ - Бренды, повторяющиеся среди всех возрастов

*Из-за некоторых отличий в методологии сбора данных Бренда Года, анализ разреза по возрастам представлен с 2020 года.



Содержание

1. Об исследовании
2. Основные результаты
3. Результаты в разрезах секторов, укрупненных категорий и возрастов
- 4. Методология замеров**

\ МЕТОДОЛОГИЯ ЗАМЕРОВ



СРОК ПРОВЕДЕНИЯ | Около двух недель в зависимости от волны замера



МЕТОД | Online-опрос – респондент отвечает на вопросы анкеты находясь у компьютера / планшета. Респонденты отбираются из огромного (40.000+ человек) списка давших согласие участвовать в опросах



ГЕОГРАФИЯ | Города с численностью населения 50 000 человек и более



РАЗМЕР И ХАРАКТЕРИСТИКИ ВЫБОРКИ | Около 1000 (зависит от волны замера) мужчин и женщин от 18 до 60 лет



ТИП ВЫБОРКИ | Многоступенчатая. На первой ступени – стратифицированная; на второй ступени – квотная (квотируемые признаки – пол и возраст респондента)



ОШИБКА ВЫБОРКИ | Не превышает 3,7%



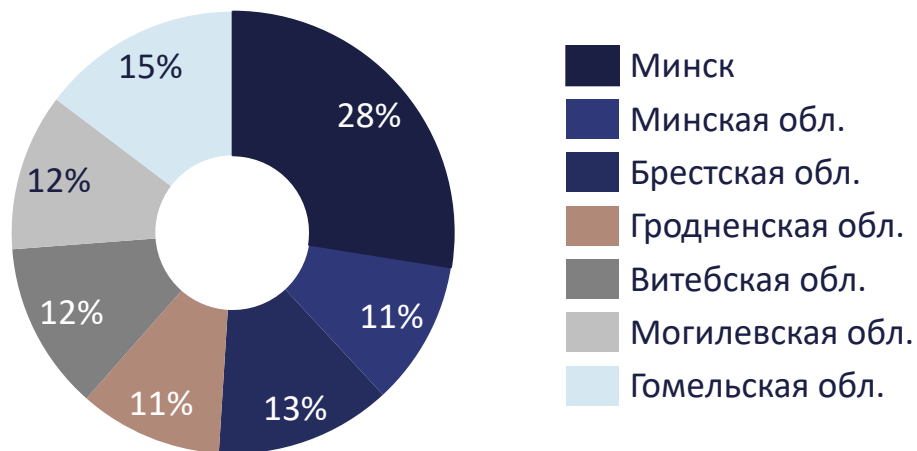
РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТЬ | Выборка репрезентативна городскому населению Республики Беларусь в возрасте 18-60 лет



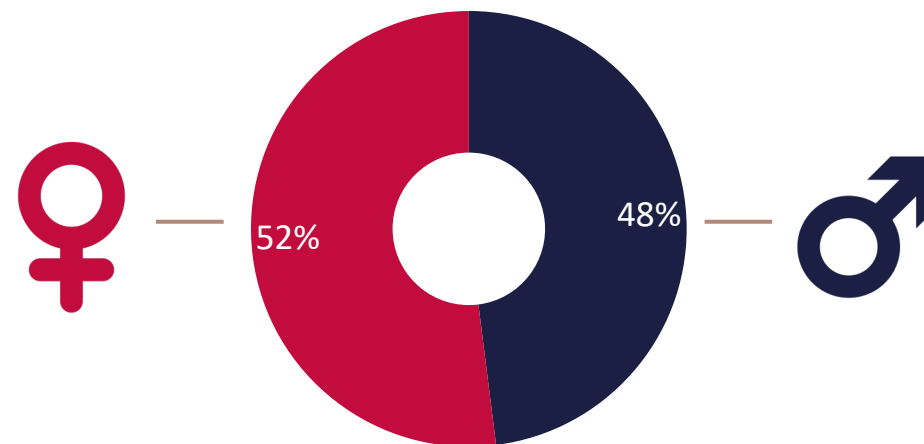
ПРИМЕР МЕТОДОЛОГИИ ДЛЯ ОДНОГО ИЗ ЗАМЕРОВ

(1/2)

РЕГИОНЫ:



ПОЛ:



ВОЗРАСТ:



28%

18-29 лет



40%

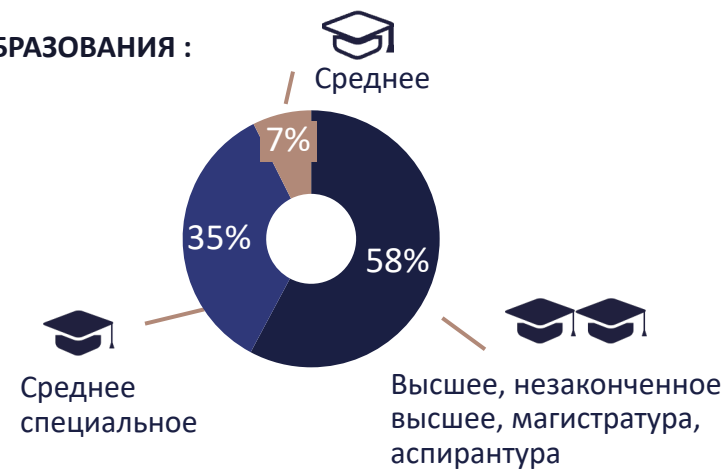
30-44 года



32%

45-60 лет


УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ :




ПРИМЕР МЕТОДОЛОГИИ ДЛЯ ОДНОГО ИЗ ЗАМЕРОВ


(2/2)


РОД ЗАНЯТИЙ:


 Руководитель/
владелец
бизнеса **6%**


 Рабочий(-ая),
продавец,
работник с/х **25%**

 Безработный **7%**

 Квалифициро-
ванный
специалист,
менеджер,
служащий **41%**


 Домохозяйн(-ка),
декретный
отпуск **9%**


 Неработающий
пенсионер **4%**


 Учащийся
(-аяся),
студент(-ка) **5%**

 Другое **3%**

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ:

 Женат (замужем)/
в гражданском
браке **60%**

 Холост
(не замужем) **27%**

 Разведен(а)/
вдовец(ва) **13%**

УРОВЕНЬ ДОХОДА:

8%



< 600
BYN

15%



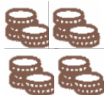
601-800
BYN

15%



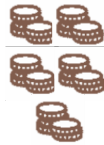
801-1000
BYN

24%



1001-1600
BYN

17%



1601-2100
BYN

15%



>2100
BYN

6%



Затрудняюсь
ответить/
нет ответа

КОЛИЧЕСТВО ЧЛЕНОВ СЕМЬИ:

 1 **11%**

 2 **28%**

 3 **30%**

 4 **22%**

 5+ **9%**



ШТАБ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО КОНКУРСА БРЕНД ГОДА

Владислав Шумский
Исполнительный директор
vladislav@brendgoda.by
+375 29 325 25 25

Команда проекта:
Марина Чечковская
Ирина Клименко
Илья Ломако
Анна Кононюк

Минск, ул. Интернациональная 25А, офис 322
brendgoda.by

