

# Портрет целевой аудитории



# Параметры исследования

## Метод

- Онлайн-опрос

## Выборка

- 1000 чел.

## Целевая аудитория

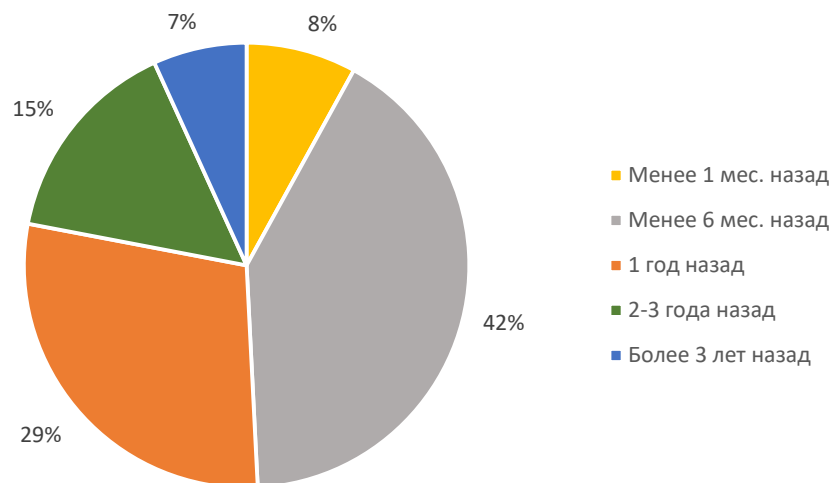
- Пол: женский
- Возраст: 24-55 лет
- Покупка товара

## География

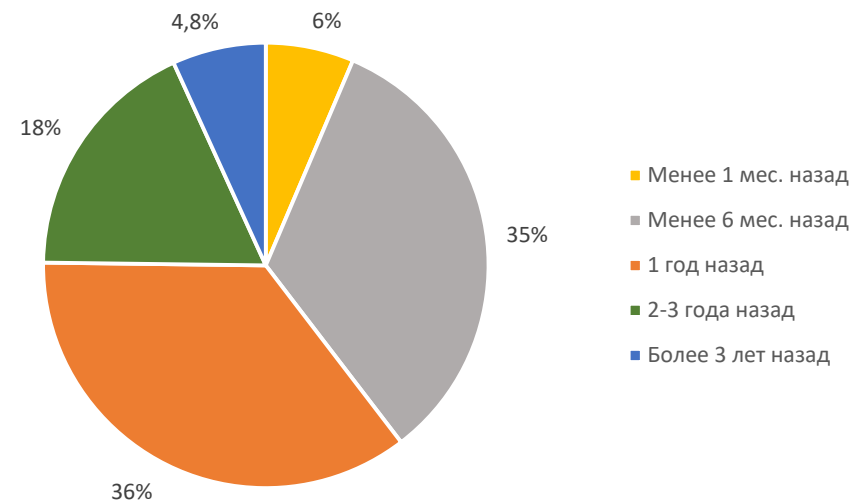
- Москва
- Новосибирск

# Срок последней покупки товара

Москва



Новосибирск

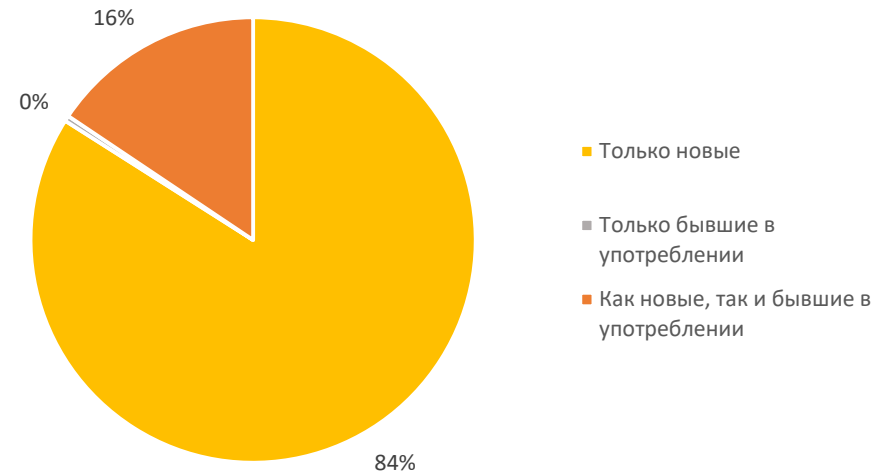


# Приобретаемый тип товара

Москва

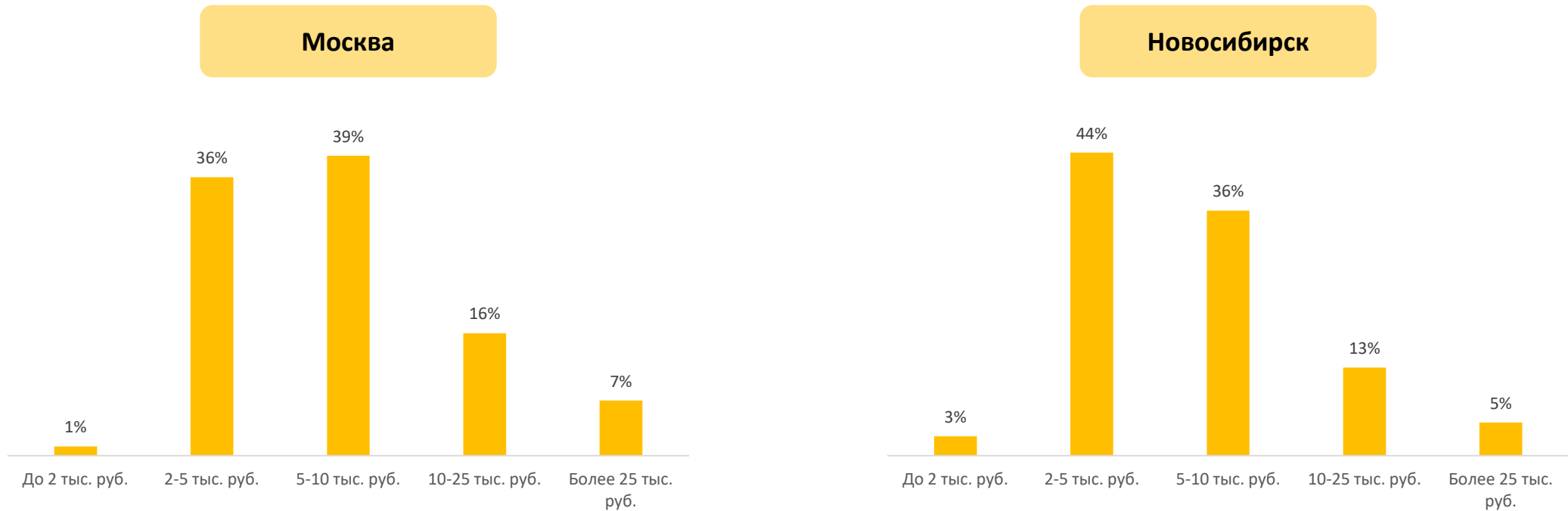


Новосибирск



Подавляющее большинство опрошенных (в среднем 81%) приобретают только новый товар. Как новые, так и бывшие в употреблении товары покупают в среднем 18% опрошенных.

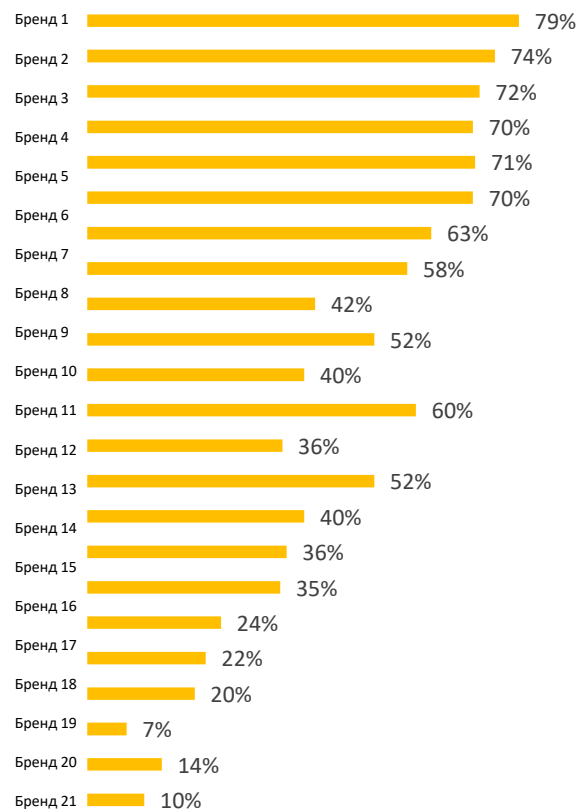
# Стоимость последней покупки товара



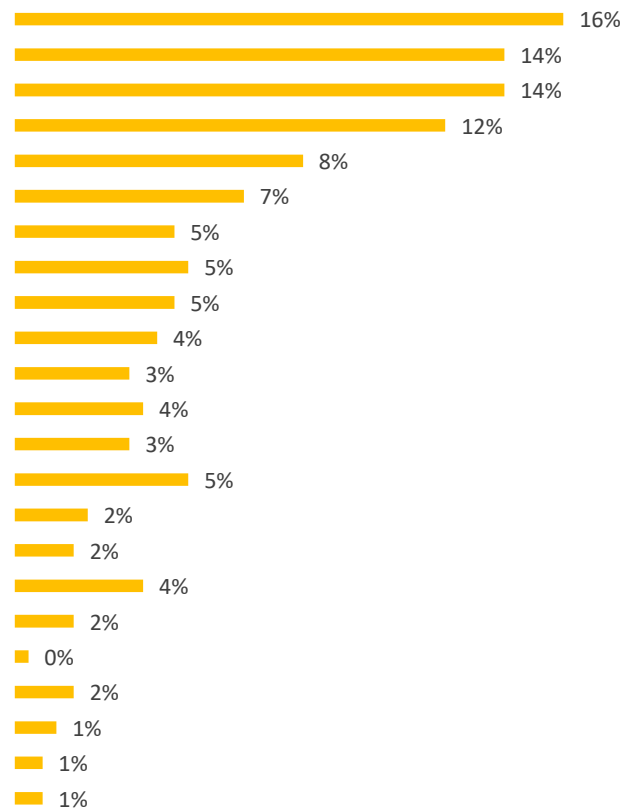
Стоимость последней покупки товара у большинства опрошенных варьируется в среднем от 2-5 (40%) до 5-10 (37%) тыс. руб.

# Бренд-воронка. Москва

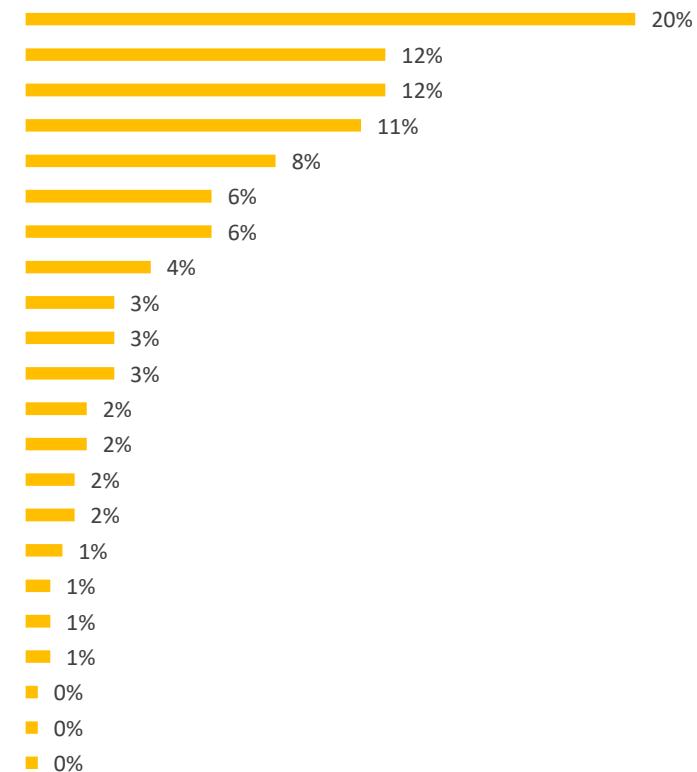
## Знают



## Приобретали

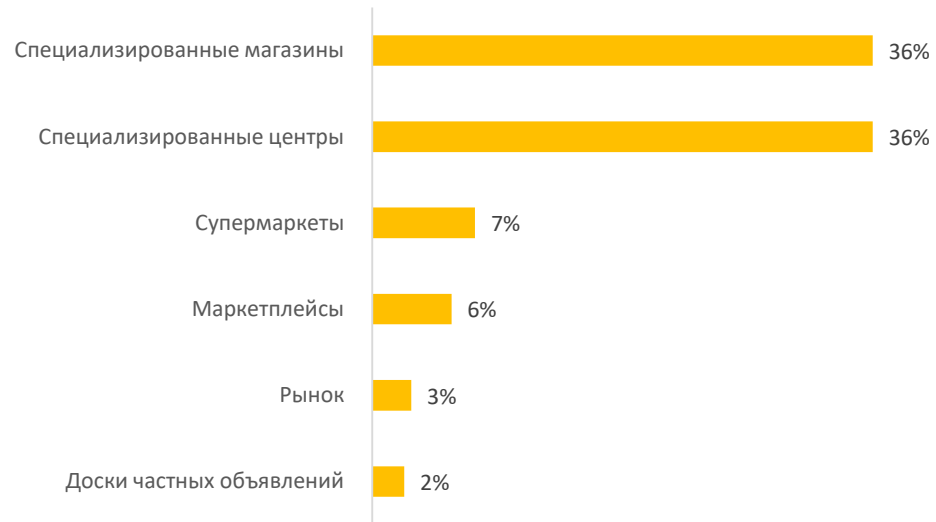


## Предпочитают



# Места приобретения товара

## Москва



## Новосибирск

