

# Удовлетворенность магазинами Улыбка радуги

Наиболее высокий уровень удовлетворенности демонстрируют жители Мурманской области и Мурманска. Более низкие оценки ставят магазинам Улыбка радуги покупатели в более конкурентных городах – Петербурге и Ярославле



	N~870	N~430	N~175	N~95	N~95	N~75
Оценка в целом	709	567	806	8.0	8.0	419
Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	265	226	451	3	625	753
Средства гигиены	718	88	71	7.8	7.8	076
Бытовая химия и средств для стирки	779	388	540	989	234	923
Декоративная косметика	107	172	983	898	047	713
Парфюмерии	7.6	04	671	8.9	218	783
Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	400	577	771	333	367	132
Средства гигиены	862	006	739	333	7.8	7.5
Бытовая химия и средств для стирки	7.4	7.3	7.5	7.8	8	298
Декоративная косметика	928	340	714	659	35	701
Парфюмерии	492	659	285	793	7.3	731
Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	6.85	510	830	068	402	562
Средства гигиены	6.4	416	065	965	298	6.8
Бытовая химия и средств для стирки	6.4	6.27	6.6	6.4	7.8	6.8
Декоративная косметика	201	786	645	302	327	358
Парфюмерии	474	240	062	325	256	208
Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	7.1	79.1	7.0	7.2	8.9	6.9
Средства гигиены	881	758	769	582	626	230
Бытовая химия и средств для стирки	188	241	230	262	7.6	769
Декоративная косметика	7.0	7.0	6.7	7.3	7.3	6.9
Парфюмерии	807	522	558	63	154	455
Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	860	875	011	6	639	696
Средства гигиены	6.9	6.8	6.7	7.3	4.8	6.1
Бытовая химия и средств для стирки	374	948	053	814	104	243
Декоративная косметика	301	545	812	432	166	243
Парфюмерии	68	6.7	9.7	7.8	67	6.1
Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	6.7	802	342	243	7	724
Средства гигиены	75	816	657	902	7.1	137
Бытовая химия и средств для стирки	6.7	6.6	6.6	44	084	83
Декоративная косметика	146	941	209	6.8	347	035
Парфюмерии	892	176	150	8.0	8.0	087
Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	7.8	7.7	8.0	7.9	8.0	7.8
Средства гигиены	66	47	33	009	35	72
Бытовая химия и средств для стирки	364	127	052	009	714	072
Декоративная косметика	978	882	910	900	285	289
Парфюмерии	7.7	7.6	7.7	7.6	8.1	7.6
Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	9	7.6	05	98	7.34	16
Средства гигиены	455	757	830	568	593	666
Бытовая химия и средств для стирки	310	322	587	627	7.8	666
Декоративная косметика	7.2	7.1	7.3	7.3	7.8	7.3
Парфюмерии	956	309	83	45	105	67
Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	926	523	421	860	263	333
Средства гигиены	7.0	6.8	7.0	7.5	9.8	6.8
Бытовая химия и средств для стирки	868	111	411	617	659	638
Декоративная косметика	524	380	764	277	340	218
Парфюмерии						75

Все регионы      Санкт-Петербург      Великий Новгород      Мурманск      Мурманская область      Ярославль

ВН  
мл  
балльной шкале.  
Сервис, работа продавцов и кассиров

# Удовлетворенность ключевыми сетями: Санкт-Петербург

В категориях средства гигиены, средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела УР не уступает по оценкам



	№430	№215	№185	№120	№90	№90	
Оценка в целом	7.6	7.2	7.2	7.8	7.0	7.2	
АС СО РТ ИМ ЕН Т	Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	7.5	7.2	7.1	7.3	7.2	7.5
	Средства гигиены	7.5	7.6	7.4	6.2	7.5	7.5
	Бытовая химия и средств для стирки	7.3	7.6	7.6		7.6	7.3
	Декоративная косметика	6.7	5.7	5.4	8.4	5.0	6.9
	Парфюмерии	6.1	5.8	5.4	8.3	5.0	6.1
УР ОБ ЕН Ь ЦЕ Н	Средства по уходу за волосами и поддержанию чистоты тела	7.2	6.9	7.2	6.5	7.2	7.2
	Средства гигиены	7.1	6.9	7.1	6.0	7.2	7.1
	Бытовая химия и средства для стирки	6.8	6.0	6.0	6.8	6.1	6.8
	Декоративная косметика	6.7	6.0	6.5	6.5	6.5	6.3
	Парфюмерия	7.7	7.3	7.0	8.0	6.9	7.8
Сервис, работа продавцов и кассиров	7.7	7.4	7.1	8.1	6.6	7.8	
Интерьер, атмосфера магазина, чистота	7.1	7.2	7.4	7.1	6.3	6.7	
Количество акций и распродаж	6.8	6.6	7.4	7.4		6.6	
Дисконтная программа, размер скидки по карте							

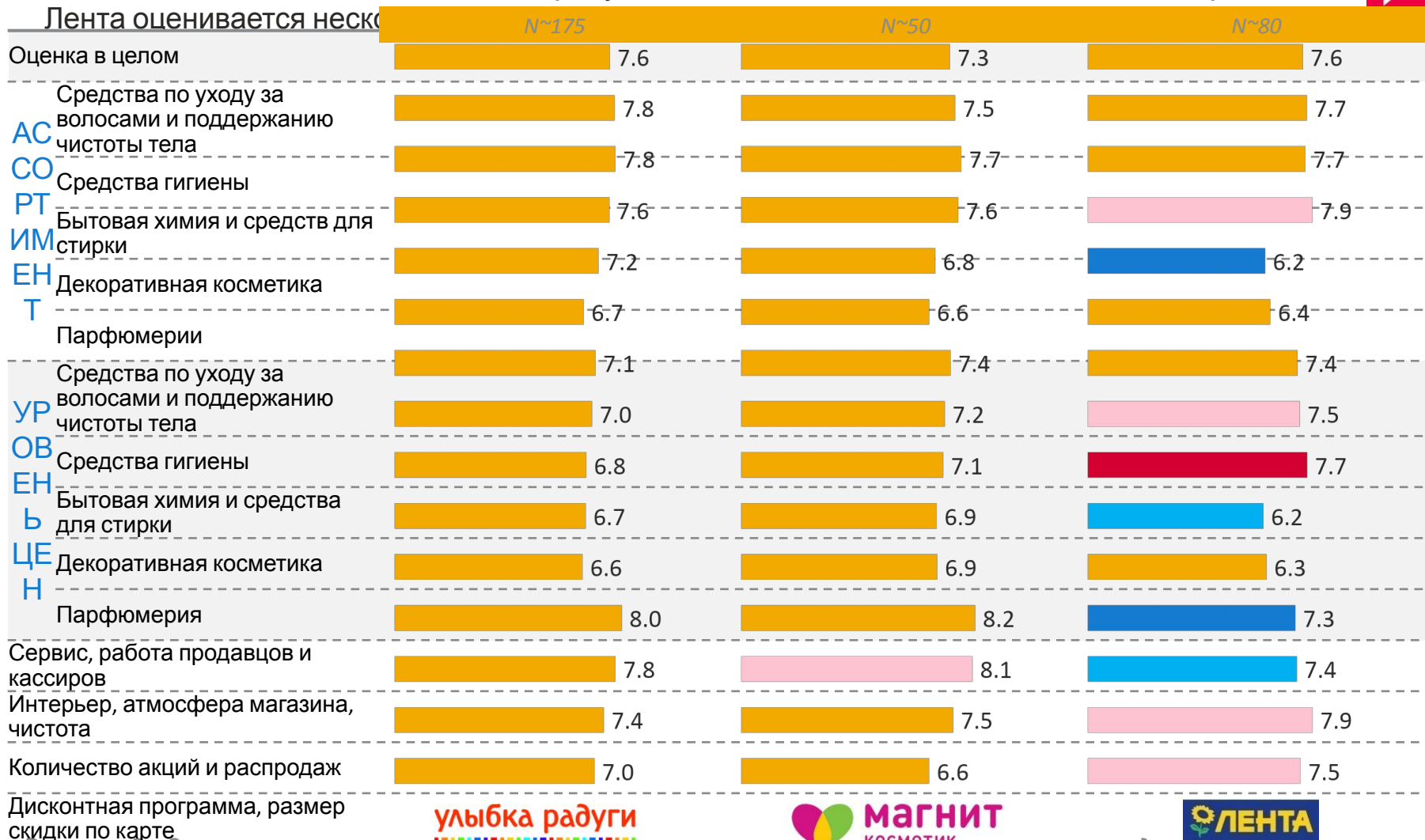


Вопросы: В1. Оцените, насколько вам в целом нравится или не нравится магазин. В2. Оцените насколько вы удовлетворены магазином с точки зрения различных характеристик. База: респонденты, посетившие магазин за последние три месяца. Показатель: среднее по 9-балльной шкале.

# Удовлетворенность ключевыми сетями: Великий Новгород

Значимых отличий в оценках Улыбки радуги и сети Магнит Косметик в Великом Новгороде нет.

Лента оценивается несколько



улыбка радуги

МАГНИТ  
КОСМЕТИК

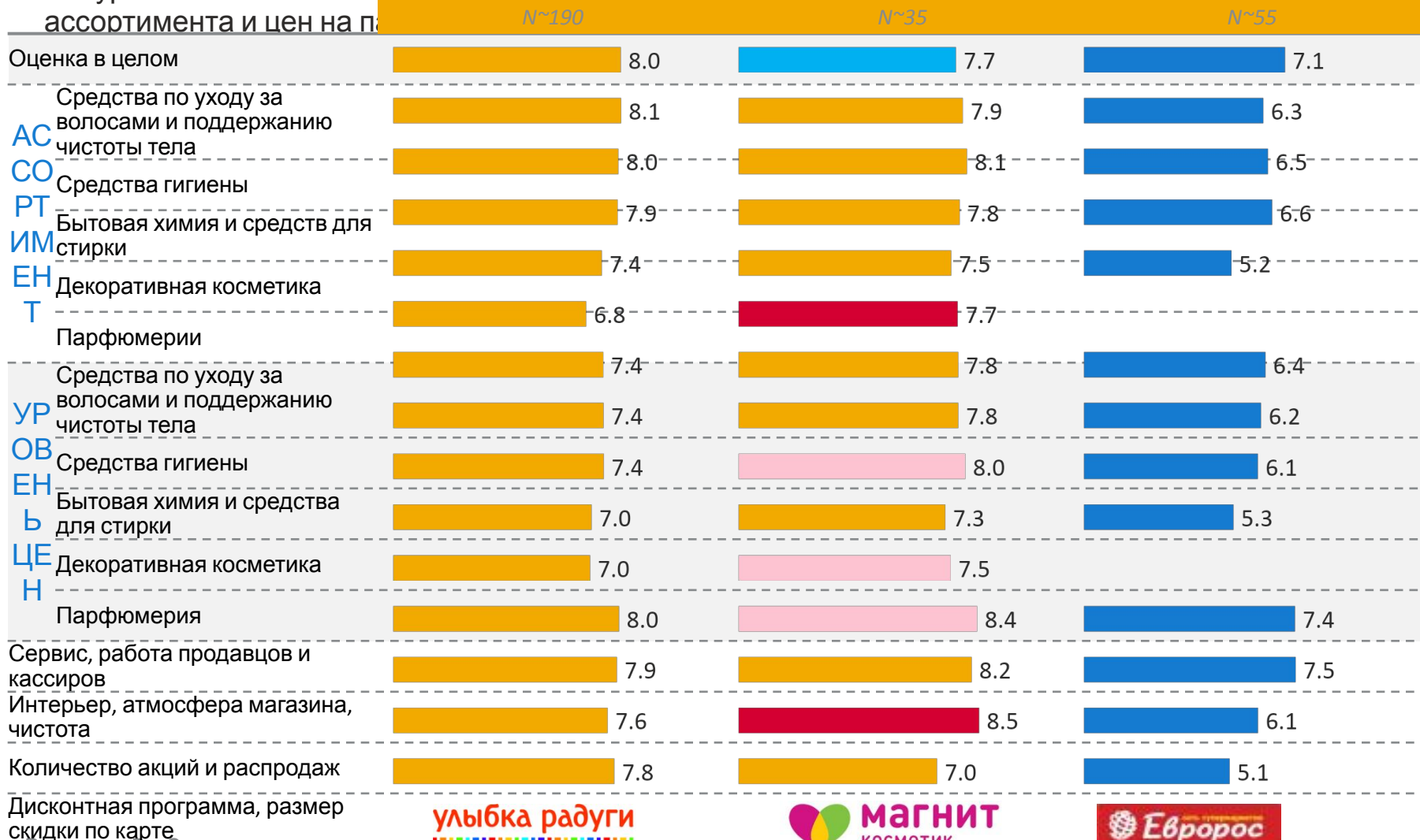
ЛЕНТА

Вопросы: В1. Оцените, насколько вам в целом нравится или не нравится магазин. В2. Оцените, насколько вы удовлетворены магазином с точки зрения различных характеристик. База: респонденты, посетившие магазин за последние три месяца. Показатель: среднее по 9-балльной шкале.



# Удовлетворенность ключевыми сетями: Мурманская область

В Мурманской области Магнит Косметик оценивается выше, чем Улыбка радуги с точки зрения ассортимента и цен на п



улыбка радуги

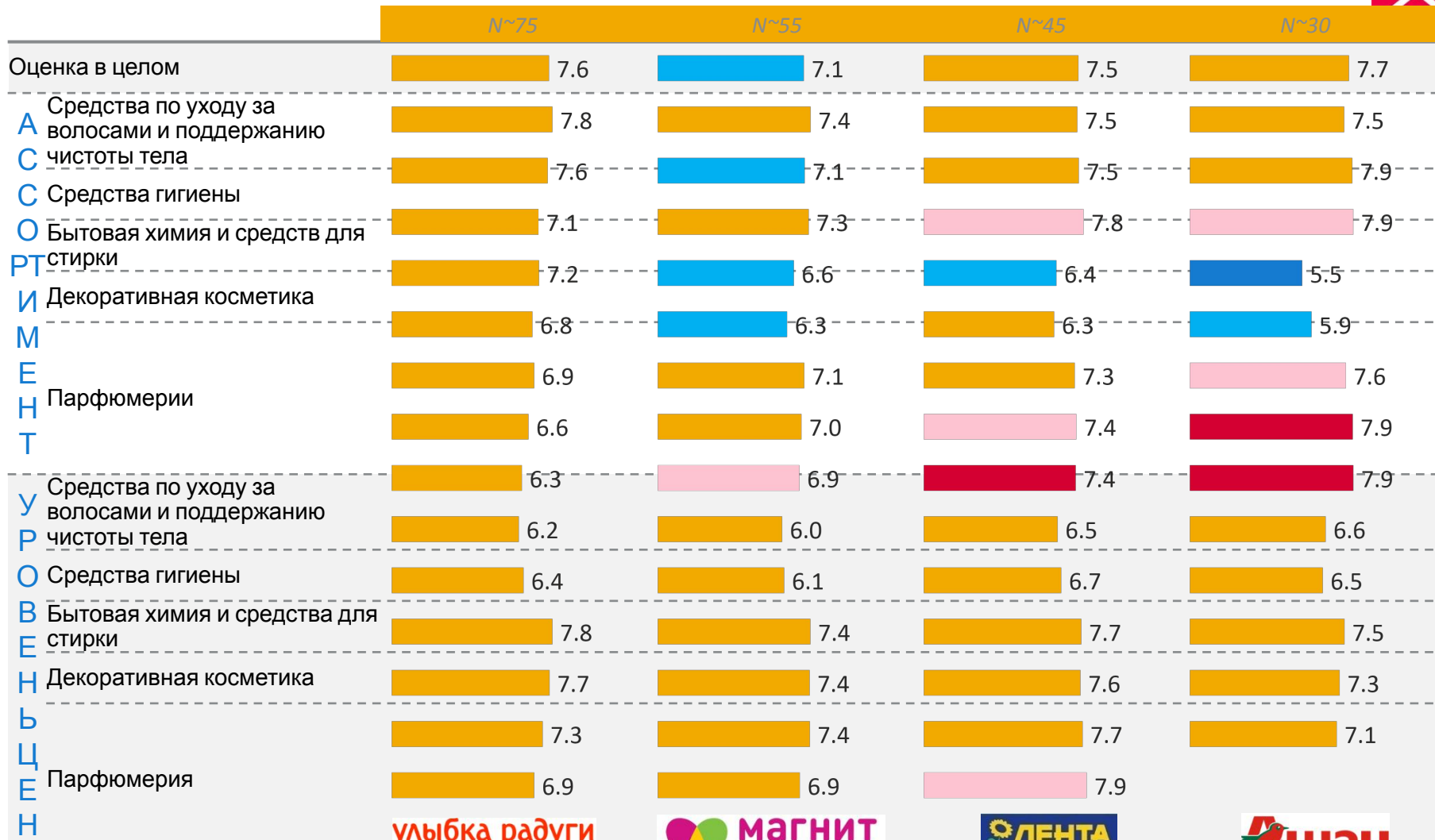
МАГНИТ  
КОСМЕТИК

Евророс

Вопросы: В1. Оцените, насколько вам в целом нравится или не нравится магазин. В2. Оцените, насколько вы удовлетворены магазином с точки зрения различных характеристик. База: респонденты, посетившие магазин за последние три месяца. Показатель: среднее по 9-балльной шкале.

# Удовлетворенность ключевыми сетями: Ярославль

В Ярославле Улыбка радуги оценивается выше Магнит Косметик по широте ассортимента средств гигиены, декоративной косметики и парфюмерии



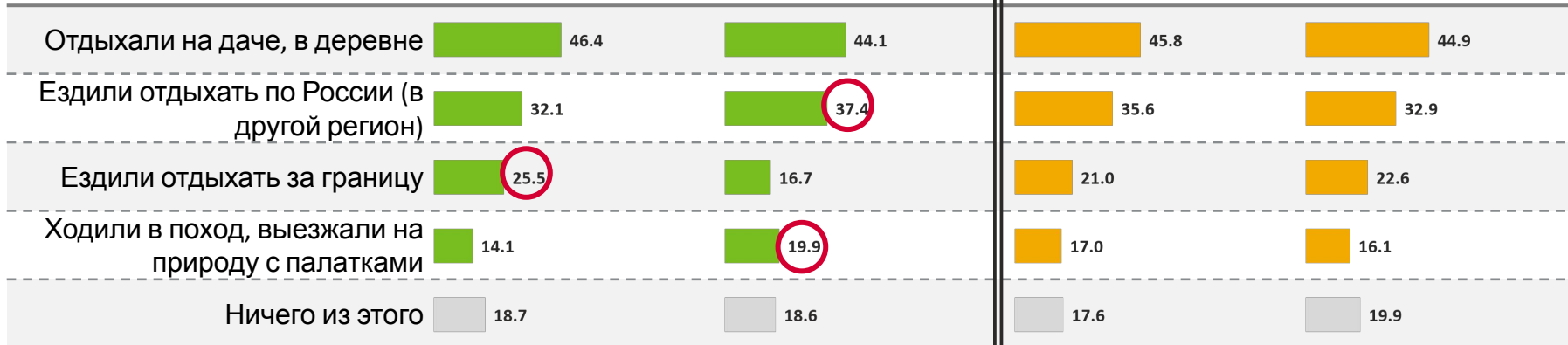
Сервис, работа продавцов и кассиров  
 Интерьер, атмосфера магазина,  
 База: респонденты, посетившие магазин за последние три месяца. Показатель: среднее по 9-балльной шкале



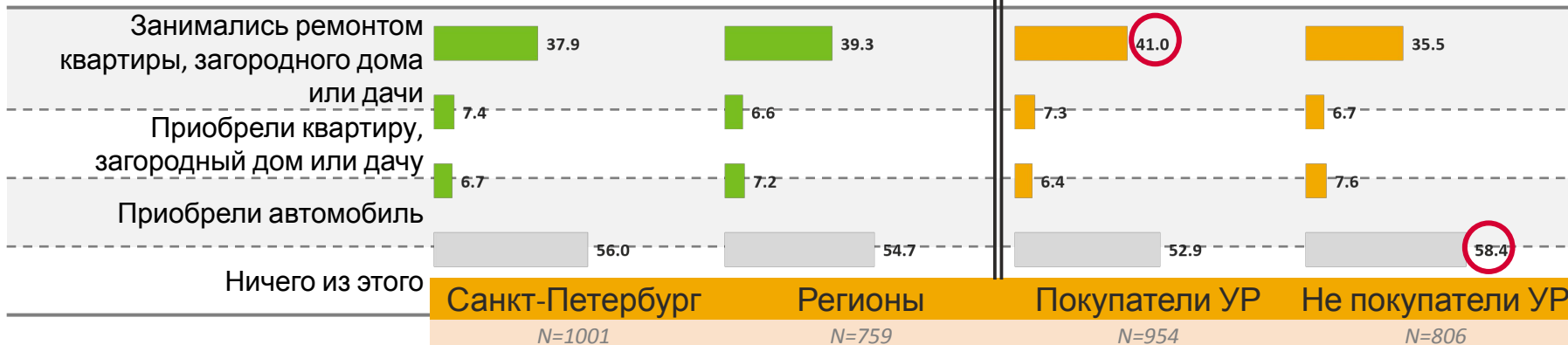
# Стиль жизни: Отдых и крупные траты

Большинство потребителей в течение последнего года проводило отпуск в России, чаще всего – на даче или в деревне. Более трети потребителей за последние 12 месяцев занимались ремонтом жилья, причем эта доля выше среди покупателей

## Улыбки радуги



## КРУПНЫЕ ТРАТЫ



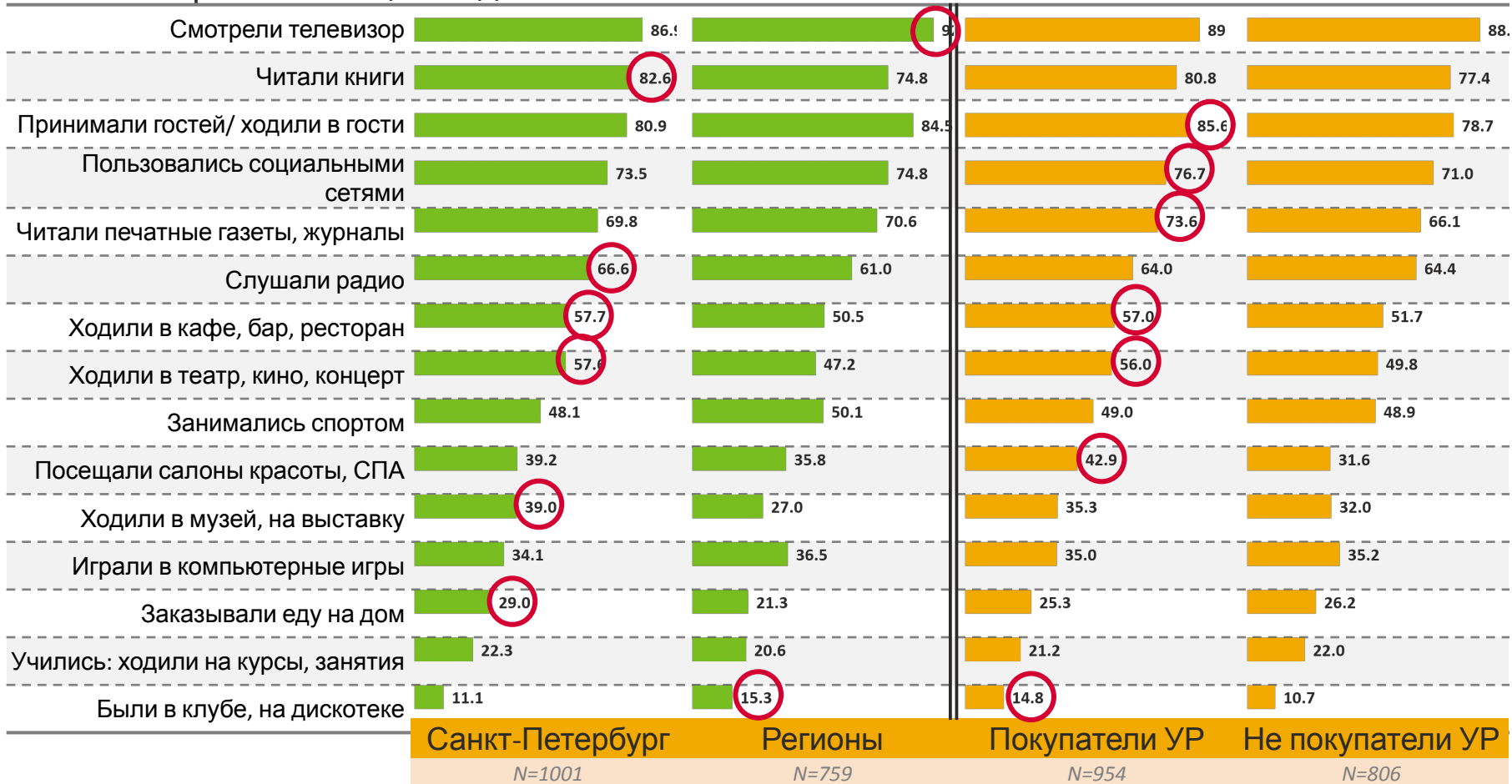
Вопросы: Н1. Каким из следующих способов вы проводили отпуск в течение последних 12 месяцев? Н2. В течение последних 12 месяцев вы...

База: Все респонденты в каждой группе Показатель: проценты.



# Стиль жизни: Досуг

Наиболее распространенные формы досуга среди покупателей Улыбки радуги – просмотр телевизора, чтение книг и печатной прессы, использование социальных сетей и прием гостей/поход в гости

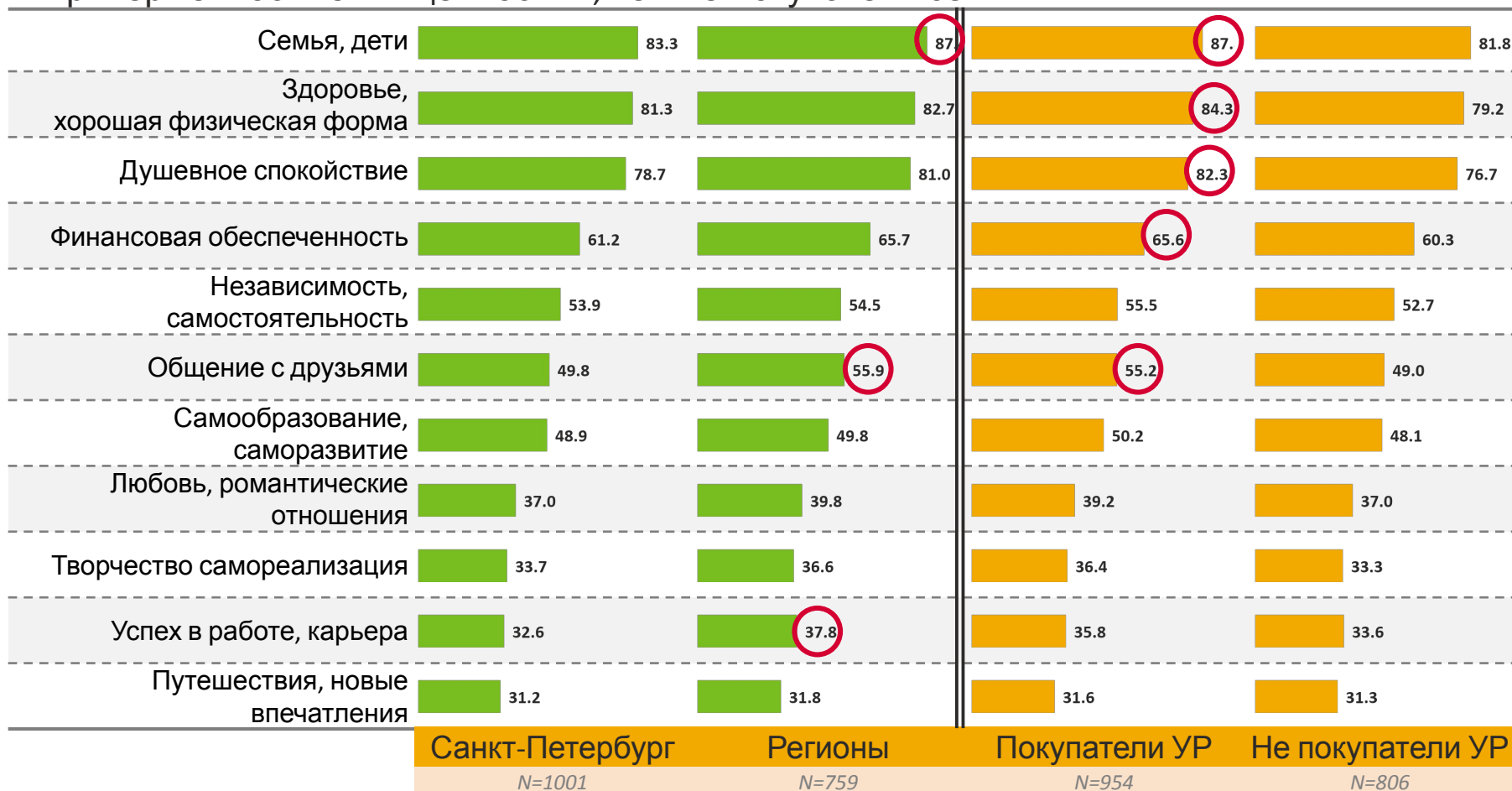


Вопросы: НЗ. Чем из этого Вы занимались в течение последнего месяца?

База: Все респонденты в каждой группе Показатель: проценты.

# Жизненные ценности

Самые важные ценности для потребителей – это семья, здоровье и душевное спокойствие, причем покупатели Улыбки радуги высказывают большую приверженность этим ценностям, чем не-покупатели сети



**Вопросы:** Н4. Скажите, насколько каждая из этих ценностей важна для вас в настоящее время? Топ-1 по 4-балльной шкале  
**База:** Все респонденты в каждой группе **Показатель:** проценты.



