

engage  hill
true colours of business

MUDr. Filip Brodan

awareness people trends associations mind colours

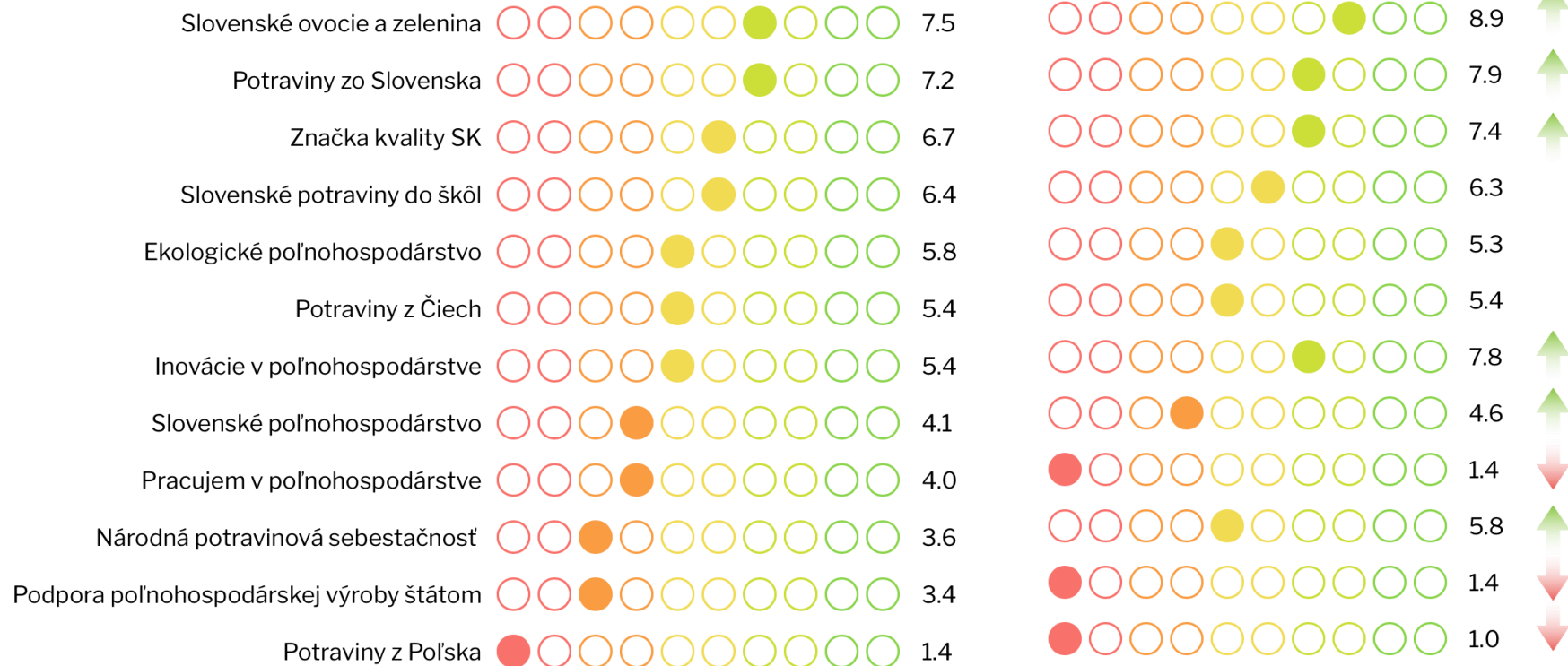
brands balance engagement attitudes surveys accuracy

emotions customers employees apps questionnaires

Výsledky průzkumu

Agrokomplex Nitra (300)

Agroprogress Trnava (48)



Slovenské ovocie a zelenina  8.9 →

Aktivní příznivci  12.5% (6/48)

Příznivci  52.1% (25/48)

Neutrální  29.2% (14/48)

Odpůrci  4.2% (2/48)

Aktivní odpůrci  2.1% (1/48)

Potraviny z Poľska  1.0 ↔

Aktivní příznivci  2.1% (1/48)

Příznivci  6.3% (3/48)

Neutrální  16.7% (8/48)

Odpůrci  25.0% (12/48)

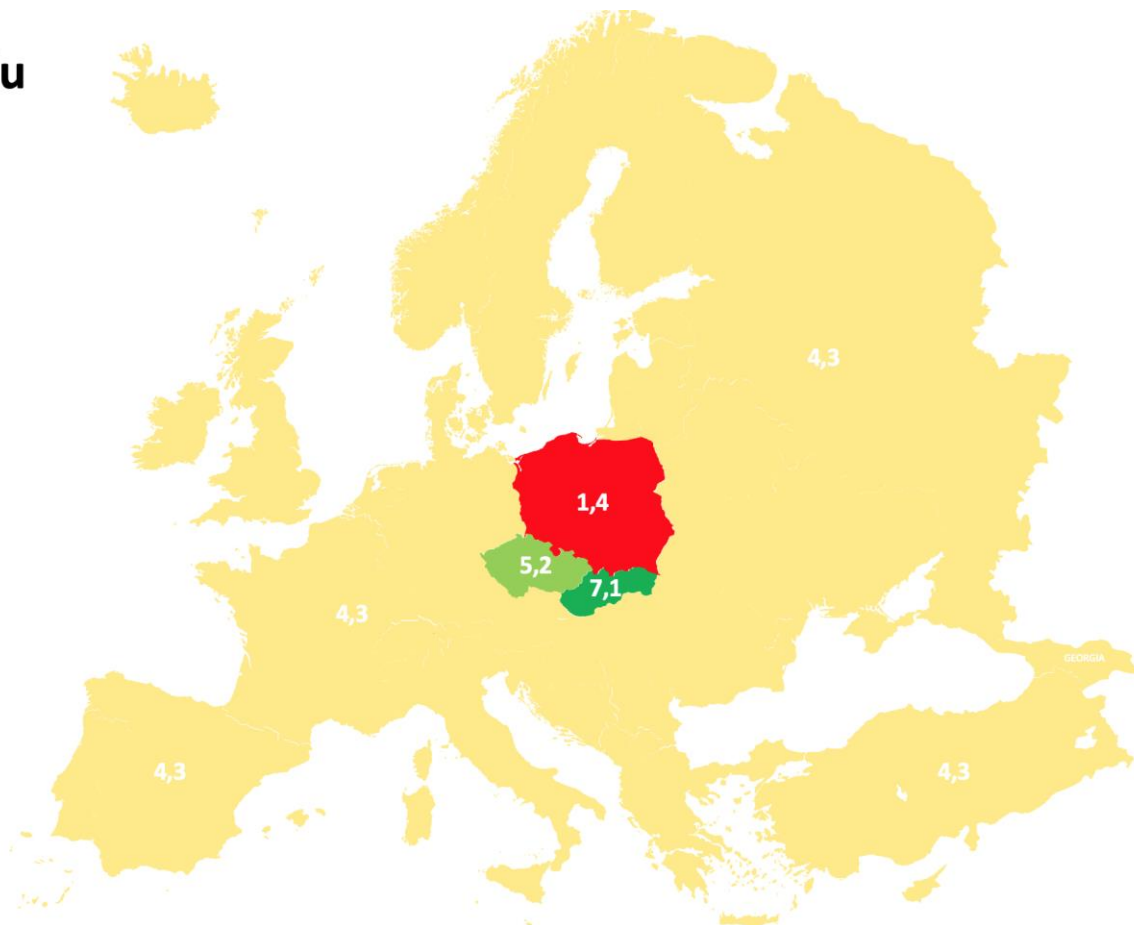
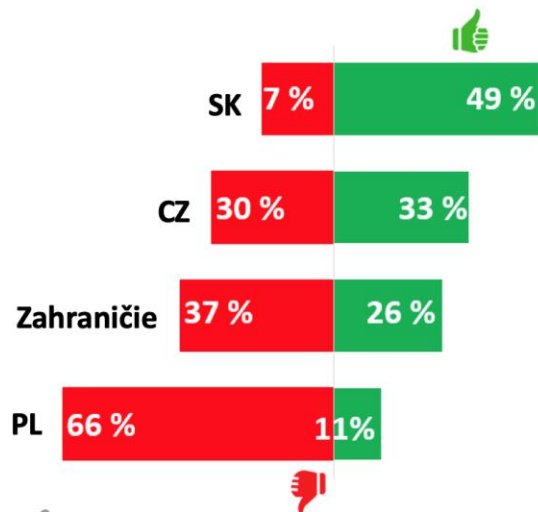
Aktivní odpůrci  50.0% (24/48)

Agrokomplex Nitra 2019 (261)



Potraviny podľa pôvodu

Regionálne porovnanie



Milovníci a odporcovia poľnohospodárstva

Takmer polovica respondentov (43%) hodnotí poľnohospodárstvo ako neatraktívne odvetvie
Iba štvrtina (25%) ho naopak podporuje



Milovníci a odporcovia podľa vzťahu k poľnohospodárstvu



PRACUJEM V PRVOVÝROBE

14%



59%



OSTATNÉ SLUŽBY

17%



43%



PRÍSLUŠNÍK RODINY PRACUJE V POĽNOHOSPODÁRSTVE

50%



30%



PRACUJEM V POTRAVINÁRSTVE

33%



27%





INÝ VZŤAH

62%



12%

 Odporcovia  Milovníci

Podpora poľnohospodárskej výroby štátom



Typickí odporcovia:

- Vek 16 – 29 rokov
- Pracovníci v prvovýrobe a ostatné služby
- Prešovský a Banskobystrický kraj

Vek

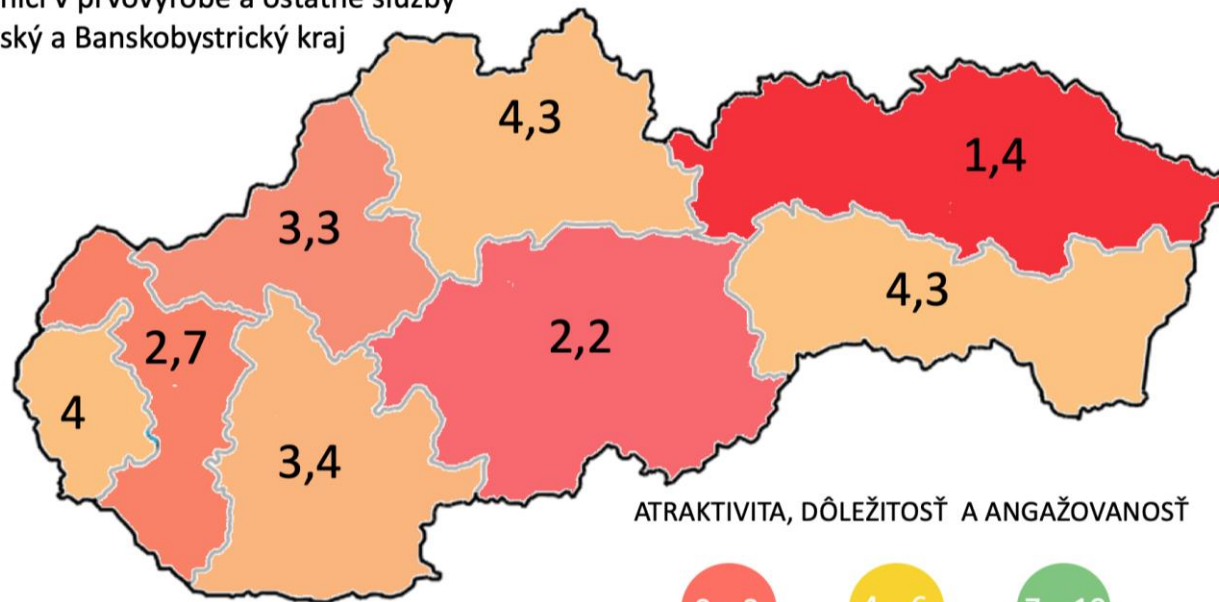
16-29

30-39

40-49

50-59

60+



ATRAKTIVITA, DÔLEŽITOSŤ A ANGAŽOVANOSŤ

0-3

Nízka

4-6

Stredná

7-10

Vysoká

Od image k obalu / od „obalu“ k image

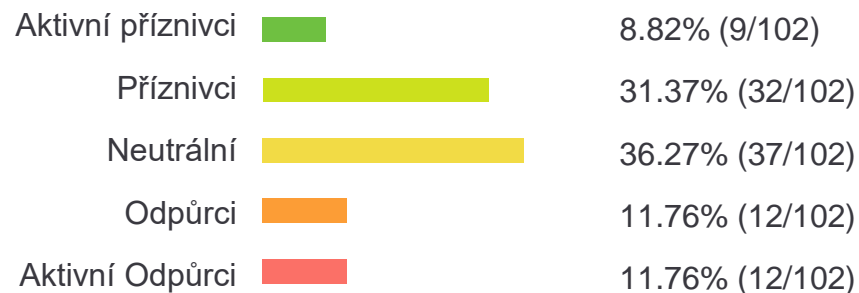
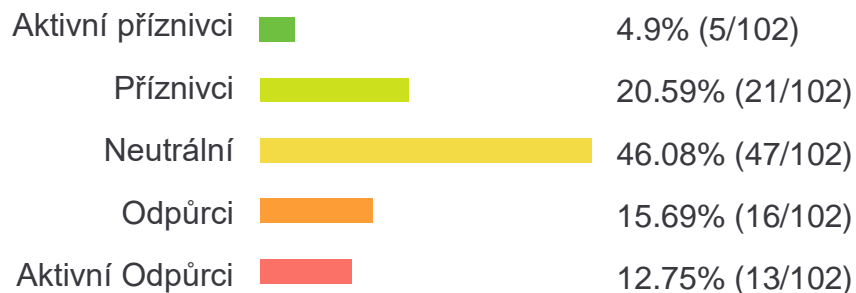


Atraktivita obalu - spotřebitelé

4.8



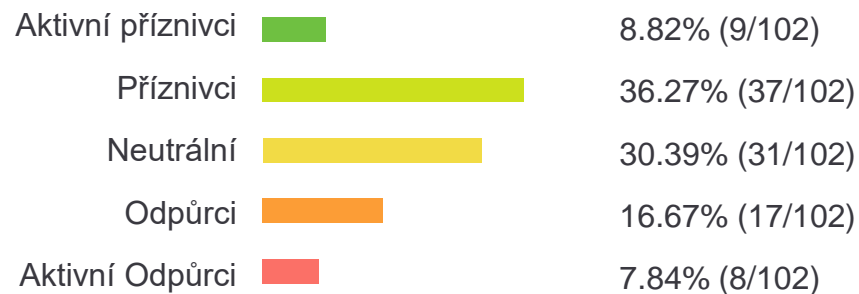
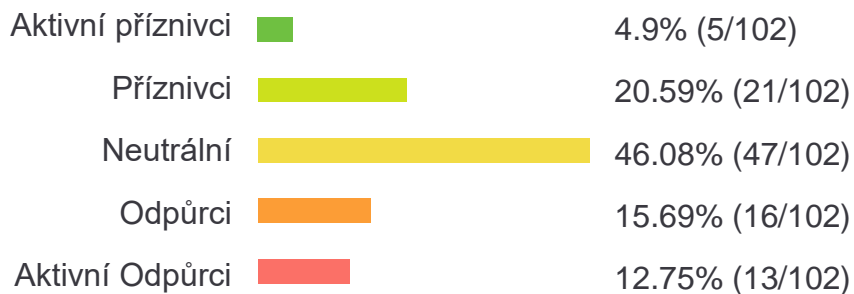
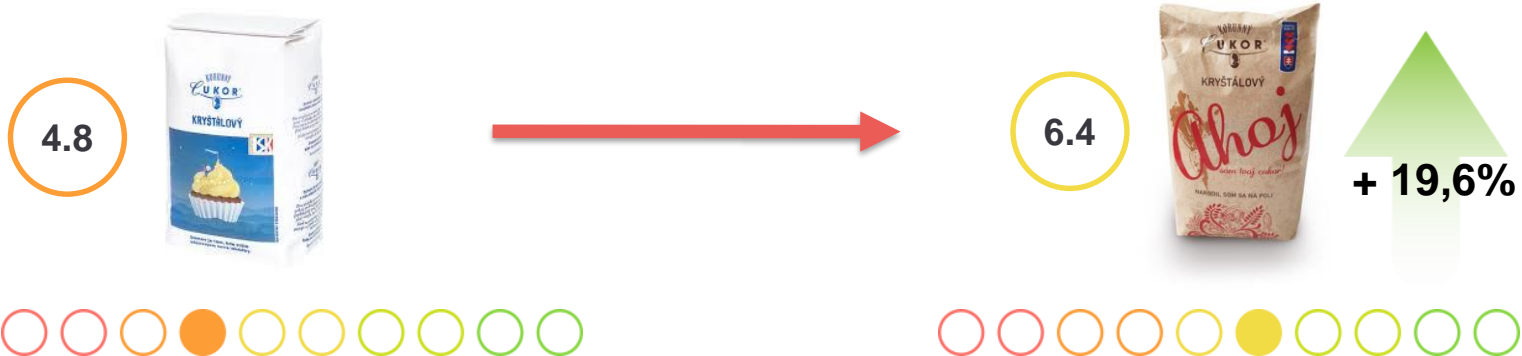
6.1



- **Konkurenční obal** pozitivně osloví o **14,7% spotřebitelů více**



Atraktivita obalu - spotřebitelé



- Nový obal pozitivně osloví **o 19,6% spotřebitelů více**

Atraktivita obalu - spotřebitelé

6.4



6.1

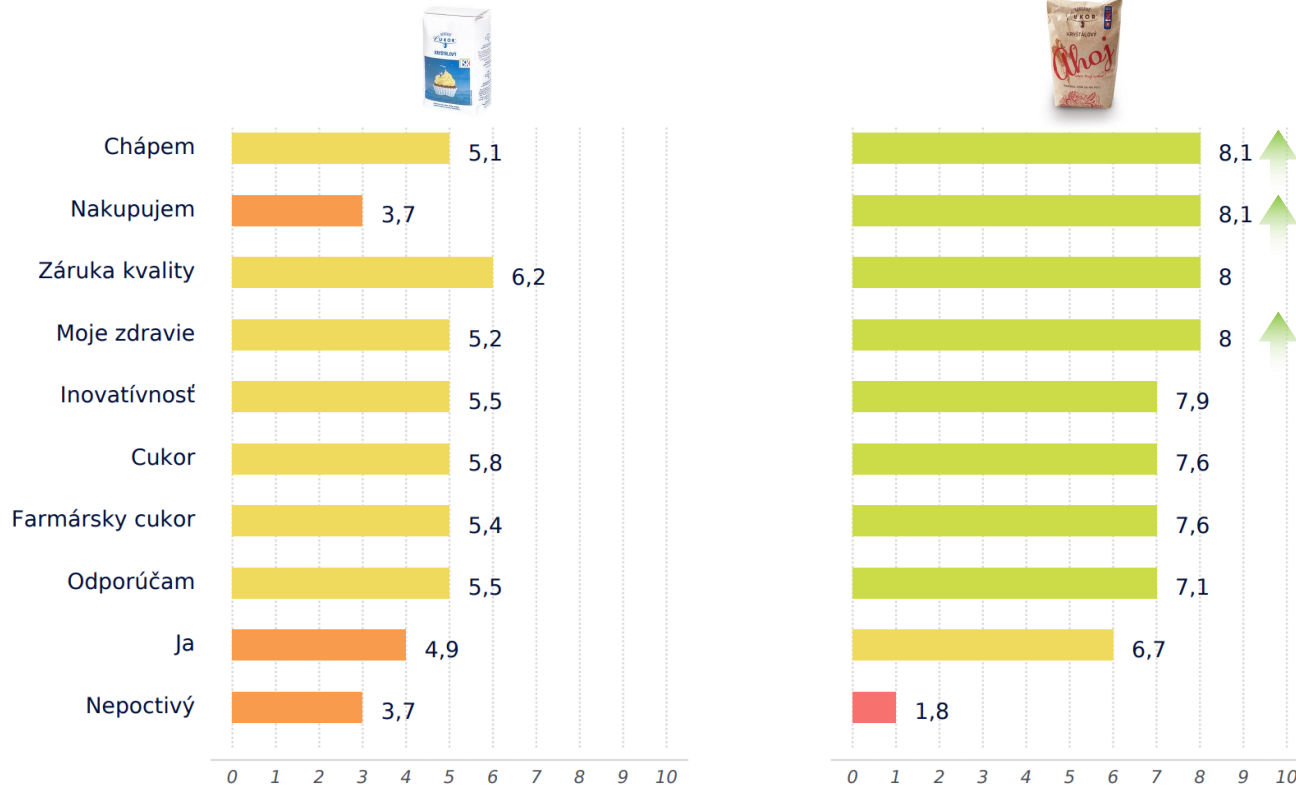


Aktivní příznivci		8.82% (9/102)
Příznivci		36.27% (37/102)
Neutrální		30.39% (31/102)
Odpůrci		16.67% (17/102)
Aktivní Odpůrci		7.84% (8/102)

Aktivní příznivci		8.82% (9/102)
Příznivci		31.37% (32/102)
Neutrální		36.27% (37/102)
Odpůrci		11.76% (12/102)
Aktivní Odpůrci		11.76% (12/102)

- Nový obal pozitivně osloví o 4,9% spotřebitelů více než konkurenční

Asociace k obalu - spotřebitelé



- S novým obalem se spotřebitelé **výrazně více identifikují**, nejvíce posiluje asociace k atributům **“chápem”**, **“nakupujem”** a **“moje zdravie”**

engage  hill
true colours of business

 balance management
 colourmind

Děkujeme

Ing. Vladislav Leško – vladislav.lesko@engagehill.com

MUDr. Filip Brodan - filip.brodan@engagehill.com