

بینش بازار درباره

آیس کافی

آیس کافی؛

نوشیدنی لوکس تابستانی یا در مسیر تبدیل
شدن به بخشی از سبک زندگی ایرانی‌ها؟
تحقیق دیجی‌کالا دز با مشارکت ۸۰۰ کاربر،
پاسخ‌هایی حیاتی برای تولیدکننده‌ها و
برندها!

ICE COFFEE





%۹۰

ایرانی‌ها اهل قهوه‌اند، ۷۴٪ قهوه فوری
می‌خورند، اما فقط ۴۱٪ آیس کافی را امتحان
کرده‌اند.

جای خالی تجربه‌ای سریع، خنک و با طعم
قهوه، هنوز در عادت روزمره ما پر نشده!



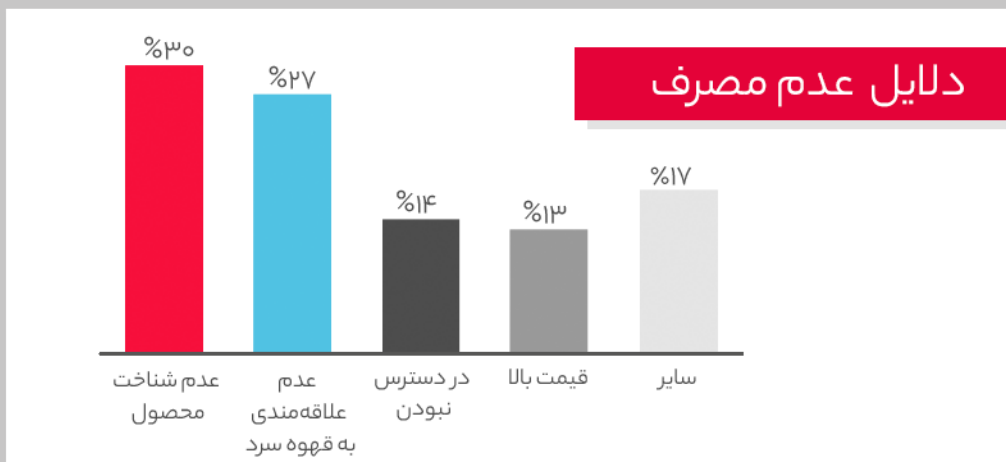
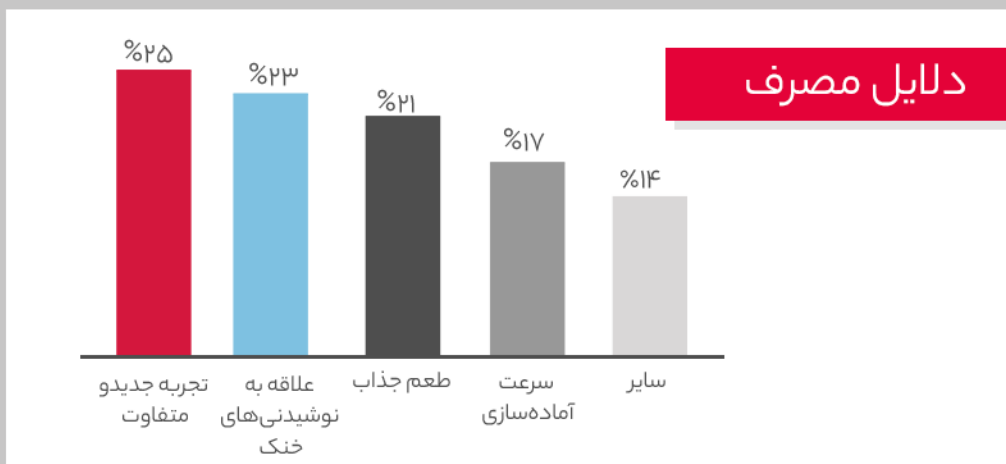


دیجیتال، خط مقدم معرفی آیس کافی!

۳۶٪ از طریق فروشگاه‌های آنلاین
برای اولین بار با آیس کافی آشنا
شده‌اند. آشنایی از طریق دوستان
(۲۵٪) و شبکه‌های اجتماعی (۱۴٪)
در رتبه‌های بعدی‌اند.



چرا آیس می‌خوریم؟ چرا نه؟



طعم، مهمترین عامل انتخاب!

۴۳٪ طعم را مهمترین عامل خرید می‌دانند؛
حتی بالاتر از قیمت و برند.
طعم کلاسیک محبوب‌ترین است (۳۳٪)
اما کاراملی، موکا و وانیلی هم طرفدار زیاد دارند.

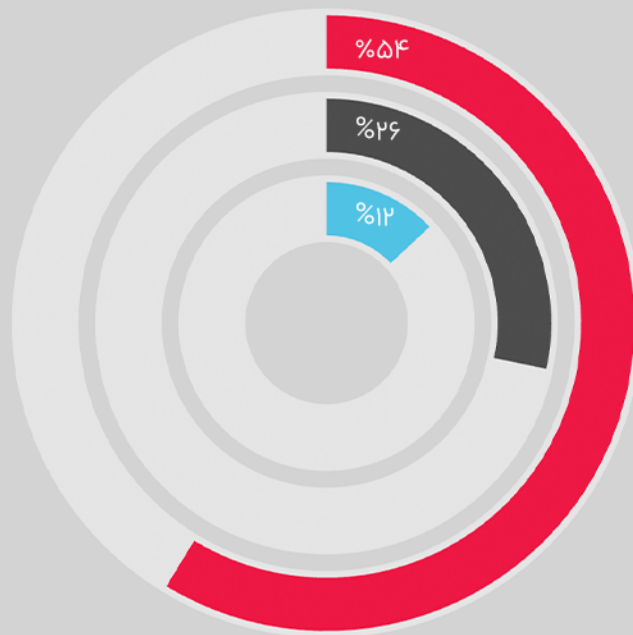


نسکافه با طعم کلاسیک؛ همچنان شماره ۱ بازار

 NESCAFÉ

 MULTICAFÉ

 Good Day

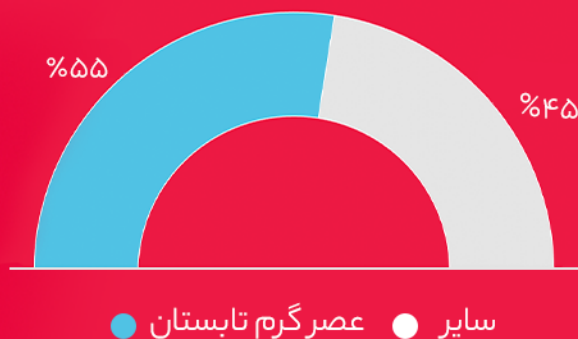
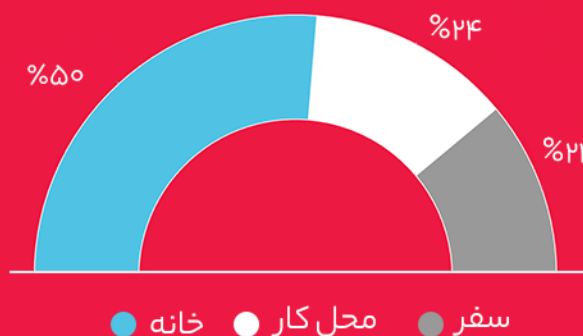


*خانم‌ها بیشتر به طعم‌های شیرین مثل وانیلی و کاراملی علاقه دارند.



مصرف‌کننده ایرانی کجا و کی آیس کافی می‌نوشد؟

نوشیدن آیس کافی هنوز فصلی و موقعیتی است؛ نه عادت روزمره.





بسته‌بندی ساشه‌ای؛ عملکرد بهتر در فروش! ۴۲٪ کاربران بسته‌بندی ساشه را ترجیح می‌دهند

نیاز بازار: بسته‌بندی‌های تک نفره و سریع برای
میان‌وعده

گزارش پیش رو دستاورد تیم تحقیقات بازار دیجی‌کالا در تحقیقی
۴ روزه است؛ با سرویس تحقیقات بازار دیجی‌کالا، به راحتی به
داده‌های بازار ایران دسترسی پیدا کنید.



**برای دریافت گزارش کامل،
با ما در تماس باشید.**



digikala

تیم بینش بازار دیجی کالا

