



## MÅLGRUPPSANALYS BRANSCH

---

**POTENTIELLA  
BILKÖPARE**

Med fakta från Kantar Sifo Orvesto Helår 2016

**KANTAR SIFO**

# MÅLGRUPPER

Den här målgruppsanalysen innehåller två olika målgrupper beroende på vilken frågeställning det gäller.

- **1. Regionen**

- Boende i Region "A".  
16-80 år. 157.000 personer

- **2. Potentiell målgrupp i branschen**

- De som anger att de planerar att köpa bil de närmaste två åren.  
Boende i Region "A".  
63.000 personer



Boende i Region "A"

# Potentiella kunder i regionen



# PLANERAR ATT KÖPA BIL INOM TVÅ ÅR



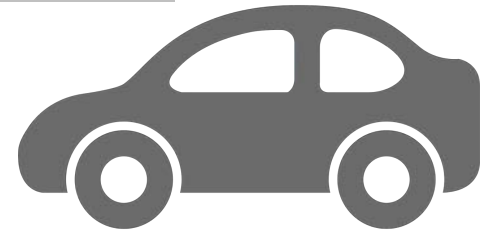
## 35.000

personer i vår region planerar att köpa  
**ny bil** inom två år



## 39.000

personer i vår region planerar att köpa  
**begagnad bil** inom två år



Bas: Boende i Region "A". 16-80 år



MÅLGRUPPSANALYS PREMIUM

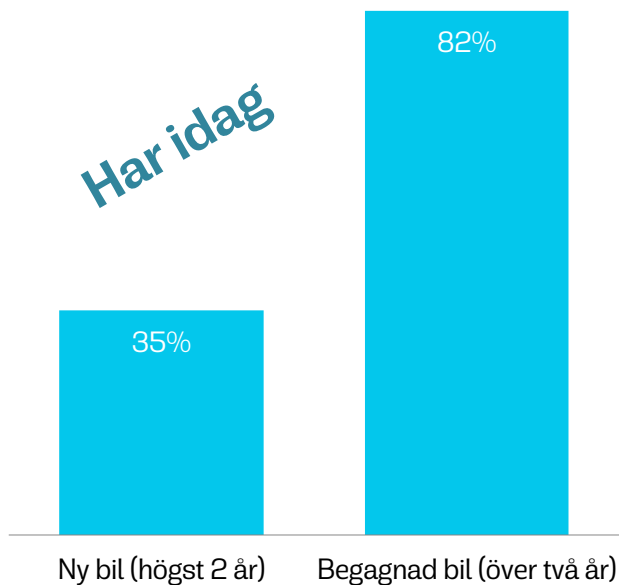
BILBRANSCHEN

G M GOTA MEDIA

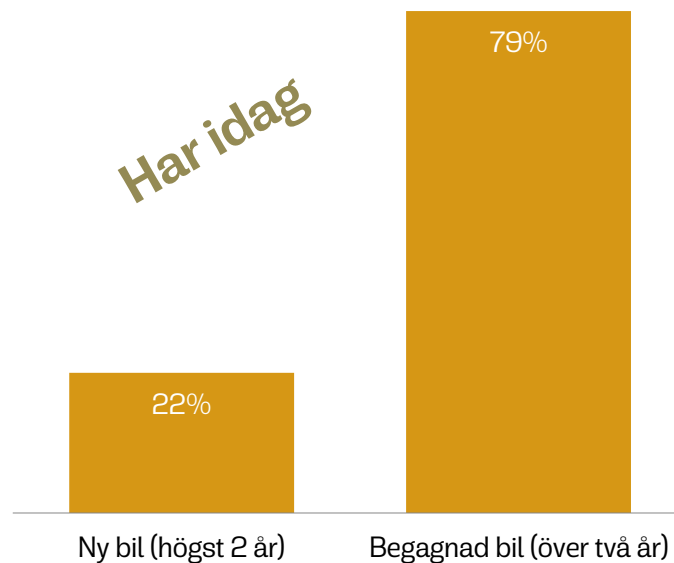
# HUSHÅLLET'S INNEHAV AV BIL IDAG



Av de **35.000** personer som planerar att köpa **ny bil**



Av de **39.000** personer som planerar att köpa **begagnad bil**



Bas: Boende i Region "A". 16-80 år

Potentiella bilköpare

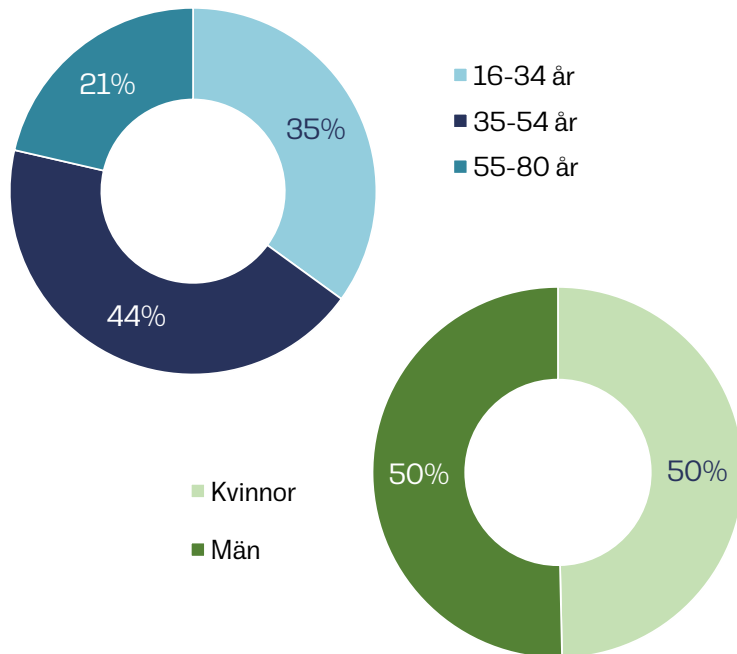
# Bakgrundsdata



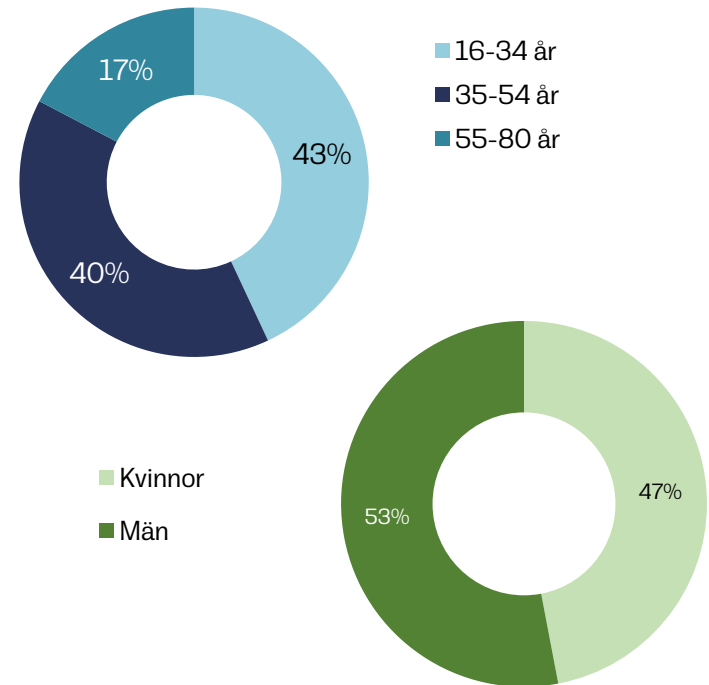
# KÖN OCH ÅLDER



Av de **35.000** personer som planerar att köpa **ny bil**



Av de **39.000** personer som planerar att köpa **begagnad bil**



Bas: De som anger att de planerar att köpa bil inom två år.  
Boende i Region "A"

# HUSHÅLLSSTORLEK



Av de **35.000** personer som planerar att köpa **ny bil**



Av de **39.000** personer som planerar att köpa **begagnad bil**



■ 1 person   ■ 2 personer   ■ > 3 personer

Bas: De som anger att de planerar att köpa bil inom två år.  
Boende i Region "A"



Potentiella bilköpare

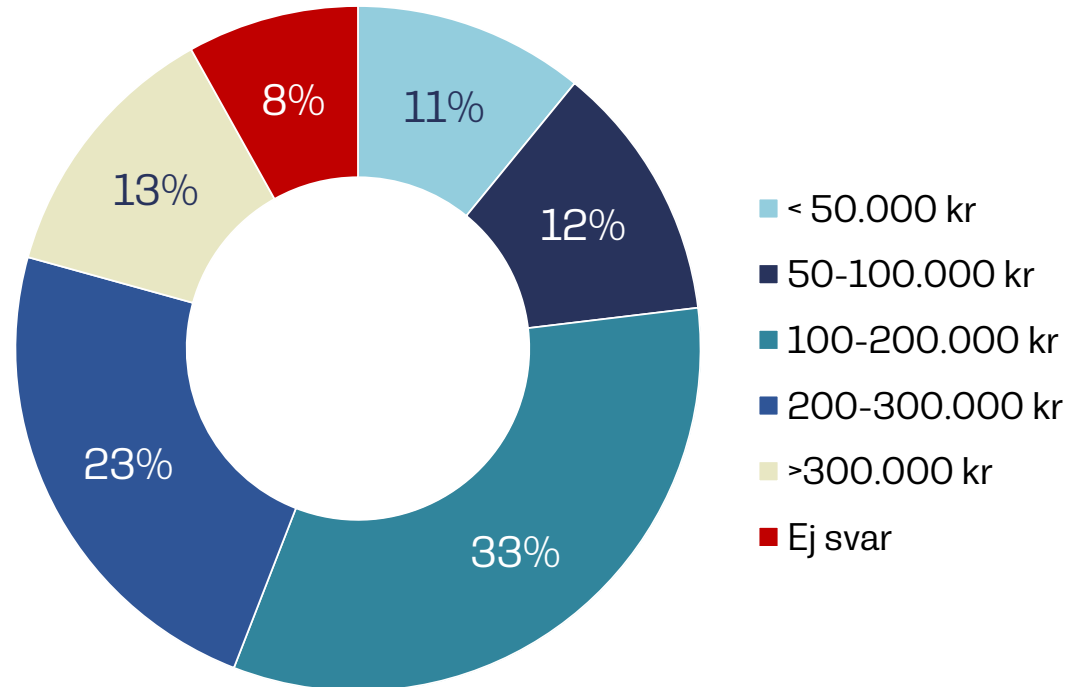
# Bilval



# TROLIG PRISKLASS VID NÄSTA BILKÖP

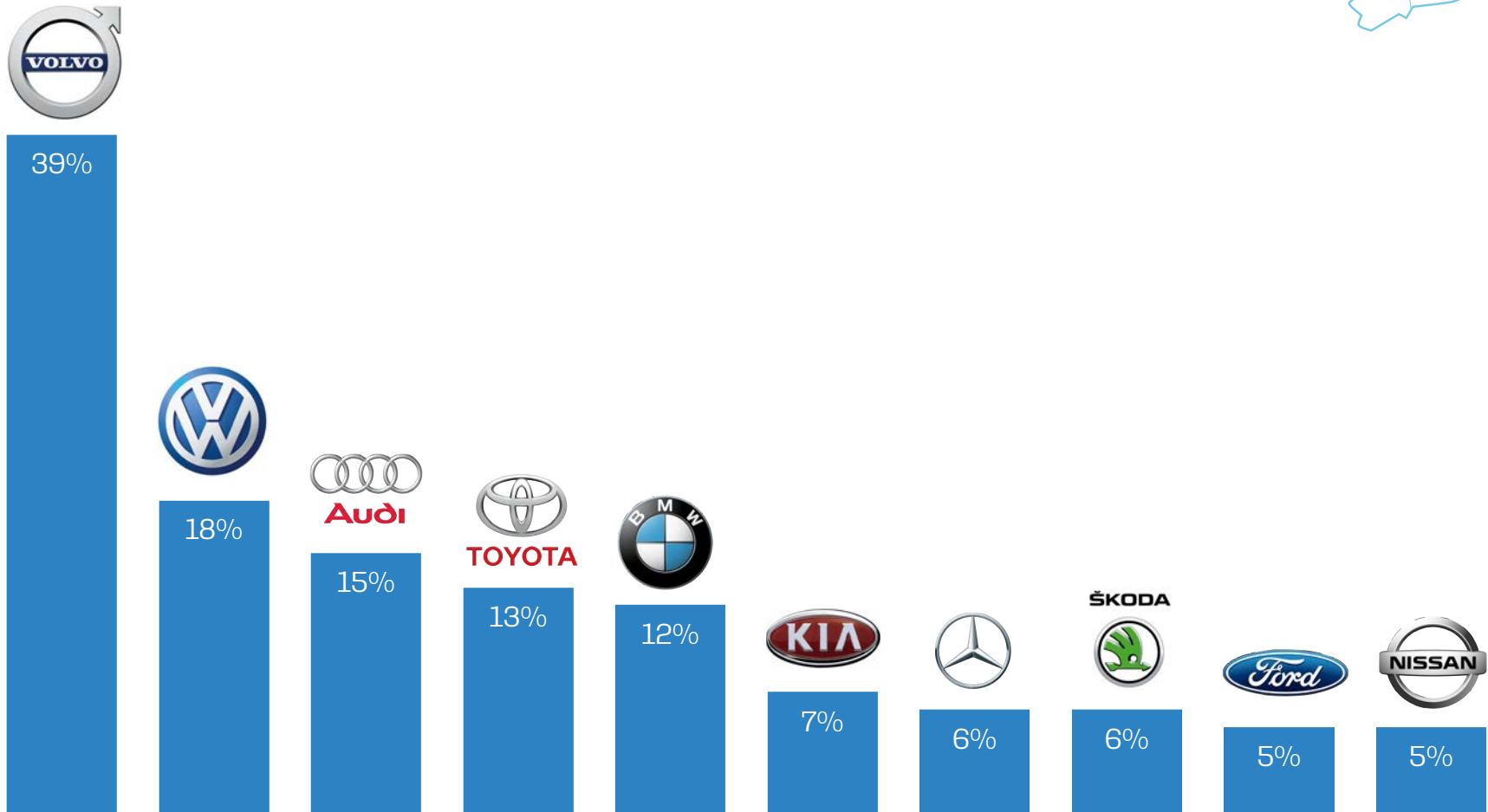


Av de **74.000** personer som planerar  
att köpa **ny eller begagnad bil**



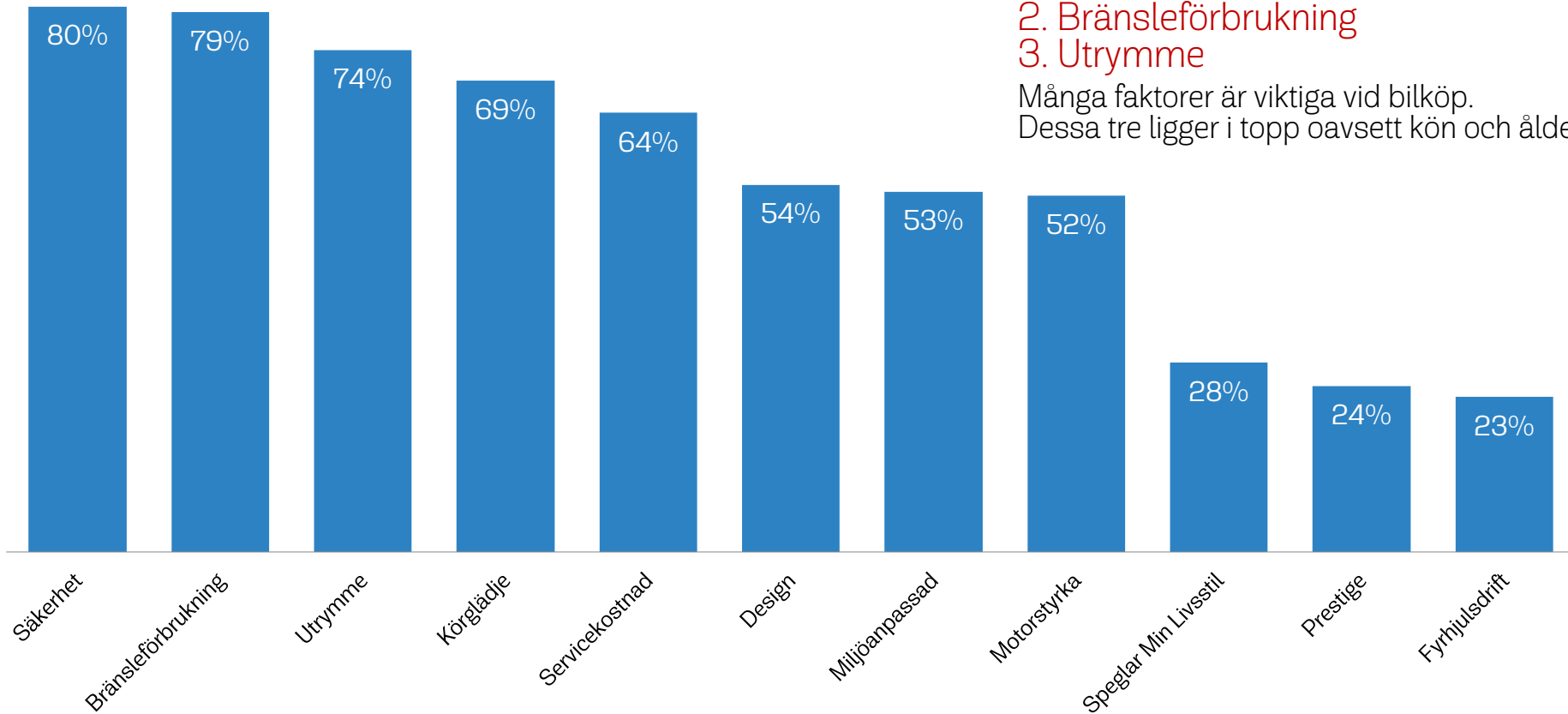
Bas: De som anger att de planerar att köpa bil inom två år.  
Boende i Region "A"

# TROLIGT MÄRKE NÄSTA BILKÖP



Bas: De som anger att de planerar att köpa bil inom två år. Boende i Region "A"

# VIKTIGASTE VALFAKTORERNA VID NÄSTA BILKÖP

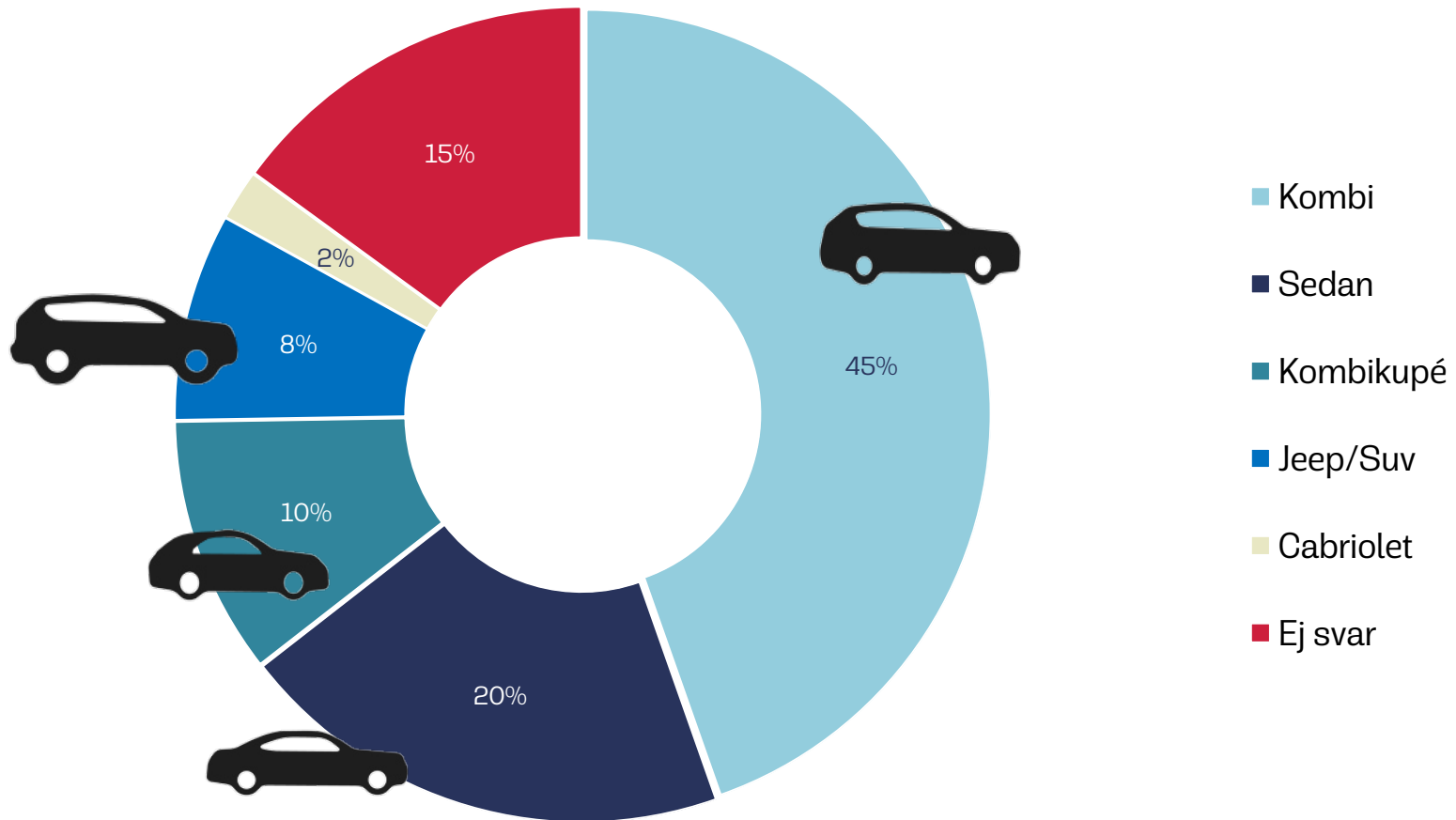


1. Säkerhet
2. Bränsleförbrukning
3. Utrymme

Många faktorer är viktiga vid bilköp.  
Dessa tre ligger i topp oavsett kön och ålder.

Bas: De som anger att de planerar att köpa bil inom två år. Boende i Region "A"

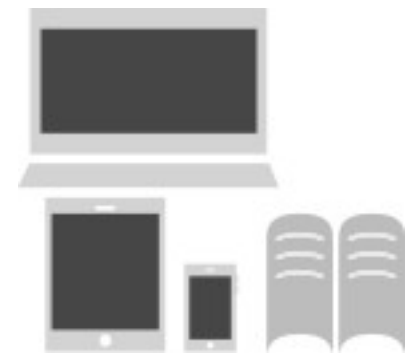
# TYP AV BIL VID NÄSTA BILKÖP



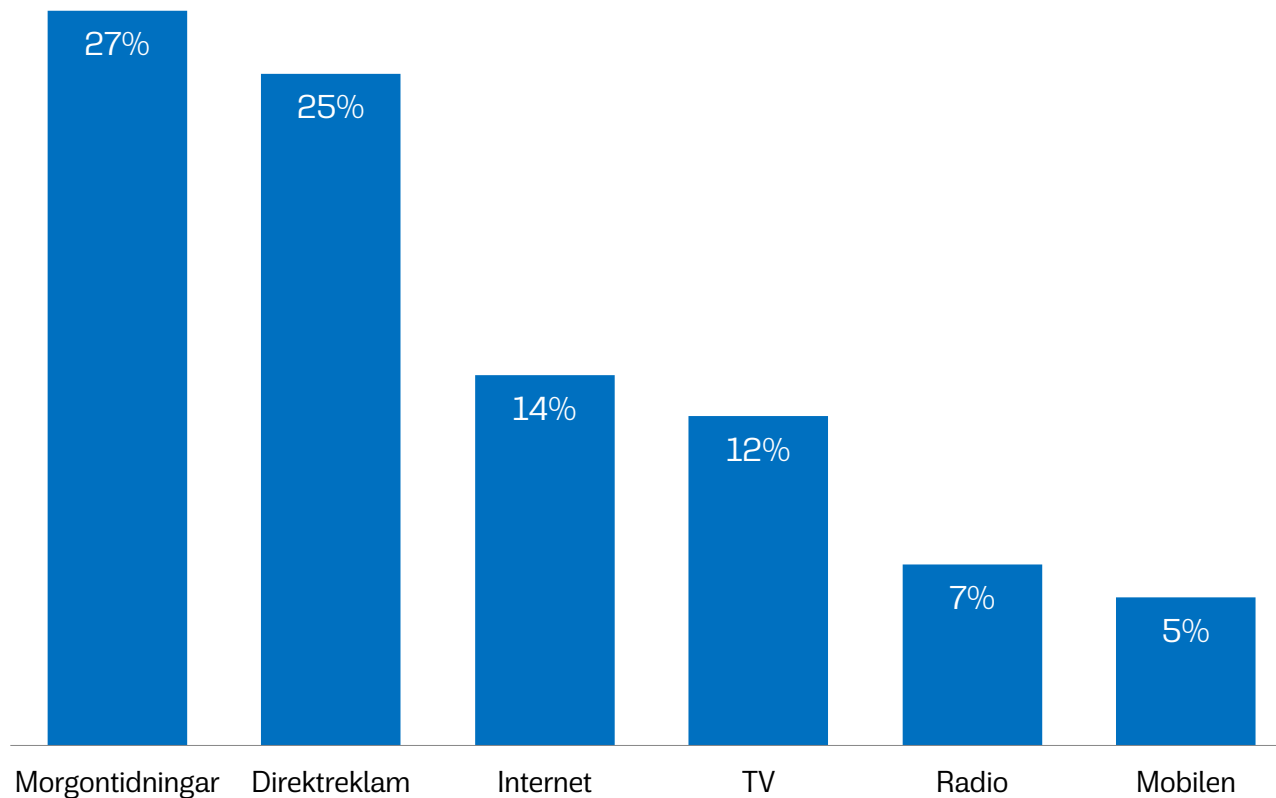
Bas: De som anger att de planerar att köpa bil inom två år. Boende i Region "A"

POTENTIELLA BILKÖPARE

# Medier och reklam



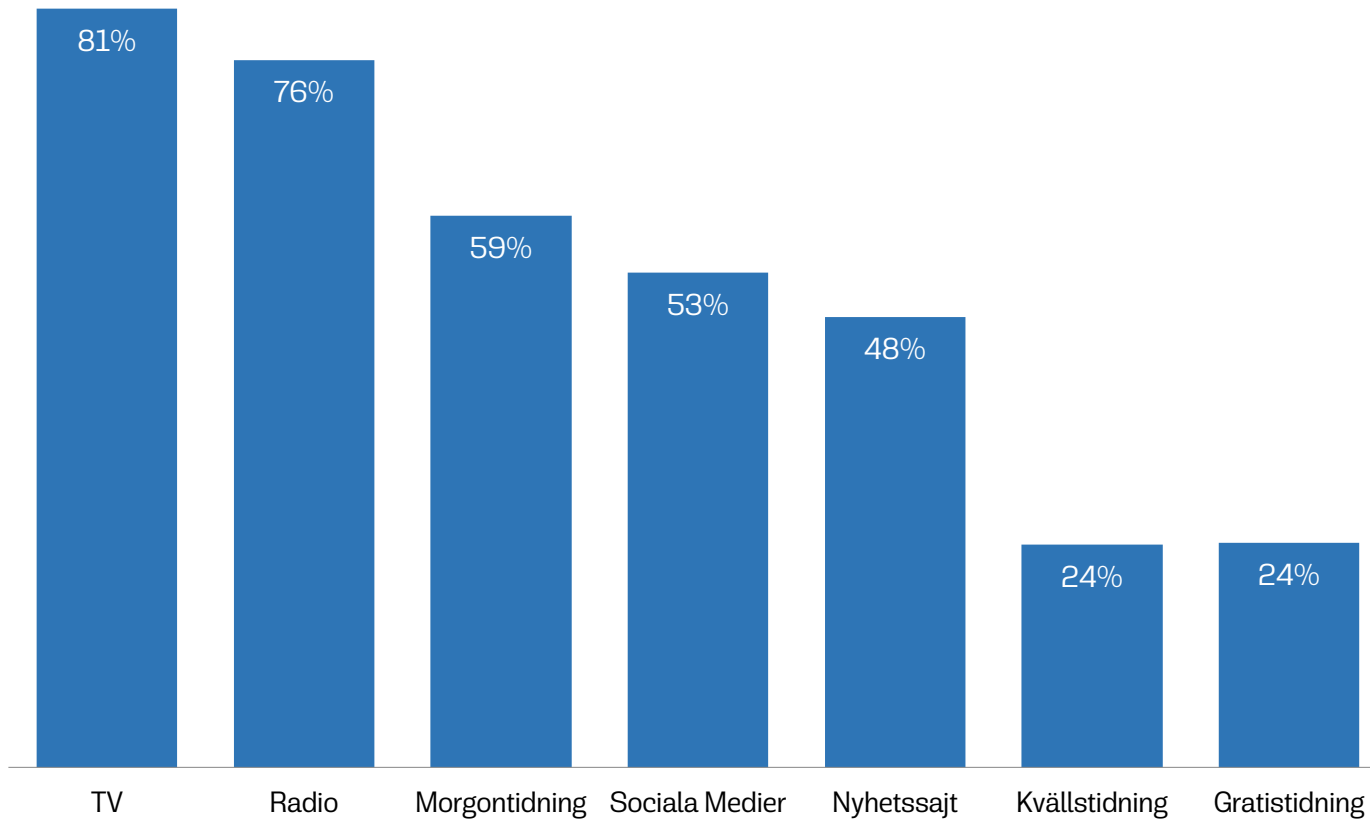
# GANSKA ELLER MYCKET POSITIV TILL REKLAM I FÖLJANDE KANALER



Bas: De som anger att de planerar att köpa bil inom två år. Boende i Region "A"



# I VILKEN KANAL TAR MAN DEL AV NYHETER?

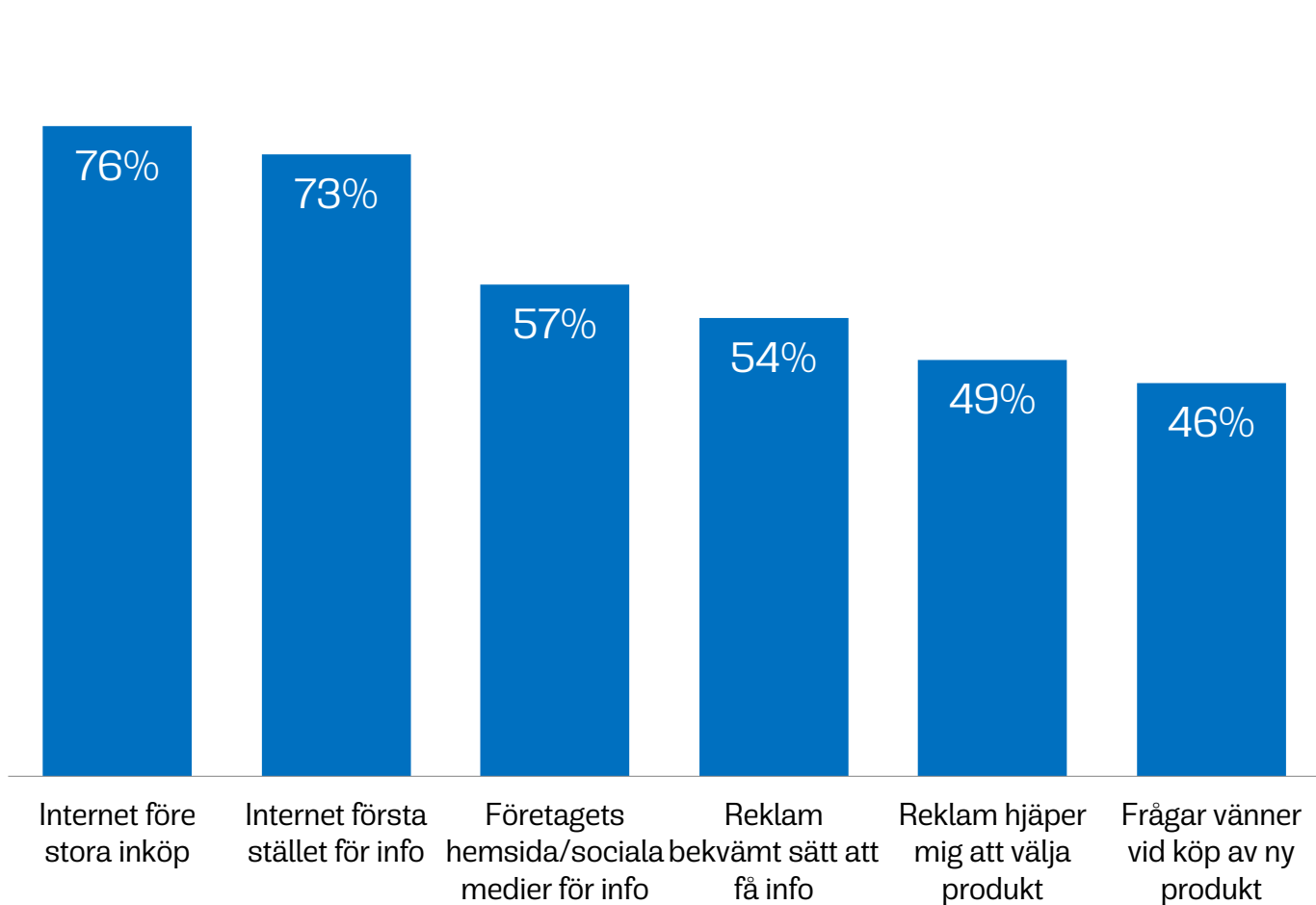


Bas: De som anger att de planerar att köpa bil inom två år. Boende i Region "A"





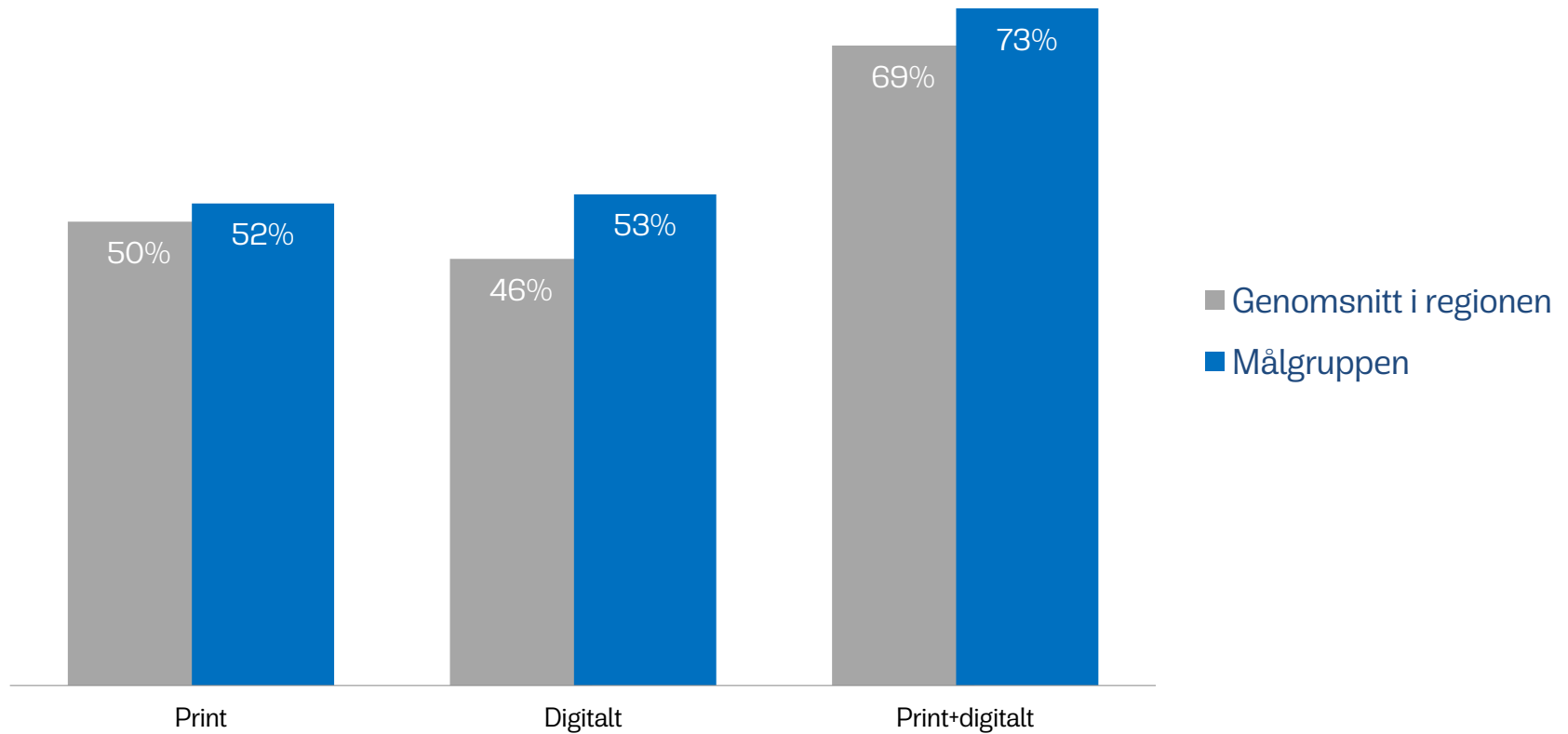
# PÅSTÅENDEN OM REKLAM OCH INFORMATION



**76%** i målgruppen använder Internet före stora inköp



# SÅ MÅNGA NÅR MAN I VÅRA KANALER



Bas: De som anger att de planerar att köpa bil inom två år. Boende i Region "A"

