**1. Toodete müügimahud tootemarkide ja -liikide kaupa**

* **Tootenimi:** Nuso Yellow
* **Tooteliik:** Kuumutatav tubakatoode
* **Netto tubaka kaal:** 5.4g
* **2024. aasta müügimaht:** 155 500 ühikut​
* **Tootekood (ID):** 04172-20-00004

**2. Teave eri tarbijarühmade, sealhulgas noorte, mittesuitsetajate ja tavakasutajate toote-eelistuste kohta**

| **Tarbijarühm** | **Kasutusviis** | **Valiku põhjused** | **Kasutussagedus** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Noored (18–25 a)** | Aeg-ajalt kasutamine, sageli uudishimust. | Peetakse moodsaks ja vähem kahjulikuks alternatiiviks traditsioonilisele suitsetamisele. | Ebaregulaarne või juhuslik. |
| **Mittesuitsetajad** | Harv kasutamine, peamiselt katsetamiseks. | Uudishimu; toode ei ole spetsiaalselt suunatud mittesuitsetajatele. | Väga harv või ühekordne kasutus. |
| **Tavakasutajad** | Järjepidev kasutamine traditsiooniliste sigarettide asendajana. | Hinnatakse tuttavat maitseprofiili ja kuumutatud tubakatoodete mugavust. | Igapäevaselt või mitu korda päevas. |

**3. Kõnealuste toodete müügiviisid**

* **Jaemüük:** Saadaval spetsialiseeritud tubakapoodides ja litsentseeritud jaemüüjate juures.
* **Otsemüük:** Levitamine otse tarbijale suunatud kanalite kaudu, sealhulgas tellimisteenused.​

## ****4. Market Research Summary: Nuso Yellow****

**Objective:**  
To assess how Nuso Yellow meets the needs of Estonian consumers, particularly those seeking smoother, lighter alternatives in the heated tobacco category.

**Methodology:**

* **Online Surveys:** 1,200 participants aged 18–55 throughout Estonia.
* **Retailer Interviews:** Conducted with 15 specialized tobacco vendors.
* **Sales Data:** Full calendar year review of 2024 metrics.

**Key Findings:**

**Consumer Demographics:**

* **Dominant Age Group:** 65% are aged 25–45, preferring a mild, daily-use product.
* **Young Adults:** 20% of users aged 18–24, curious and engaged by modern product design.
* **Non-Smokers:** 5% tried the product but did not continue using it.

**Usage Patterns:**

* **Daily Usage:** 70% consume it regularly for flavor and balance.
* **Occasional Users:** 25% enjoy it in casual or relaxed environments.
* **Experimental Use:** 5% limited to early trial or peer influence.

**Consumer Preferences:**

* **Flavor Profile:** Known for its gentle and smooth tobacco blend.
* **Product Design:** Clean aesthetics favored by younger, style-conscious users.
* **Perceived Harm Reduction:** Chosen for offering a softer experience with less irritation.

**Market Positioning:**

* **Brand Recognition:** 75% awareness rate by the end of 2024.
* **Market Share:** Led the market with 30% of total sales in its category.
* **Retailer Feedback:** Viewed as a consistent best-seller and crowd favorite.

**Conclusion:**  
Nuso Yellow appeals strongly to consumers seeking light and consistent alternatives to cigarettes. Its high recognition, smooth flavor, and approachable design make it one of the most accessible and successful heated tobacco products in Estonia.