

18+
(alkohol és dohány)

esettanulmány



Van-e további potenciál az e-cigaretták piacán, kinek és hogyan kommunikálhatunk?

Kihívás: új elektromos termék várható fogadtatása, kommunikációs tevékenység tervezése

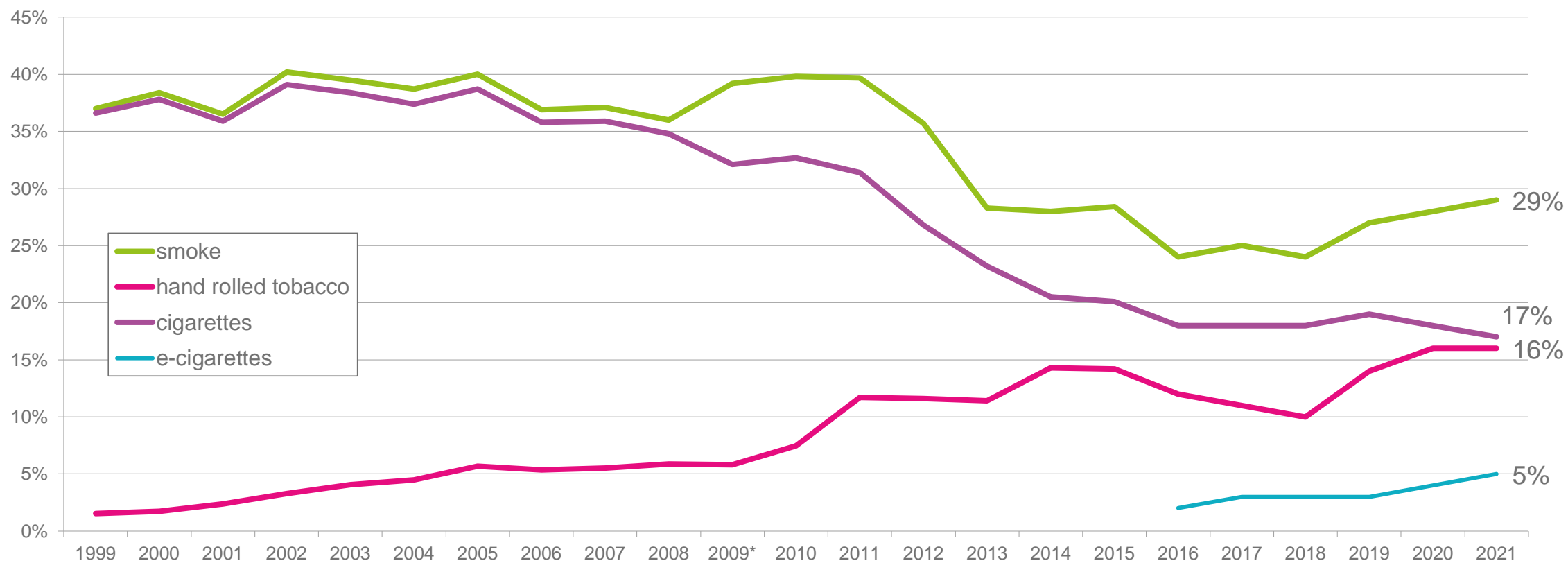
Megközelítés: TGI adatok átfogó elemzése, fókuszálva nem csupán az elektromos cigaretták, de a teljes dohánypiacra. Piacszegmentáció segítségével potenciális célcsoport azonosítása.

Insight: A gyári cigaretták zsugorodó piaca mellett az e-cigaretták fogyasztói bázisa folyamatosan emelkedik. A termékkategória iránt leginkább érdeklődők elérhetőek a rájuk szabott ATL, de akár BTL kommunikációval is, melyek optimalizálását pontos adatok segítik.

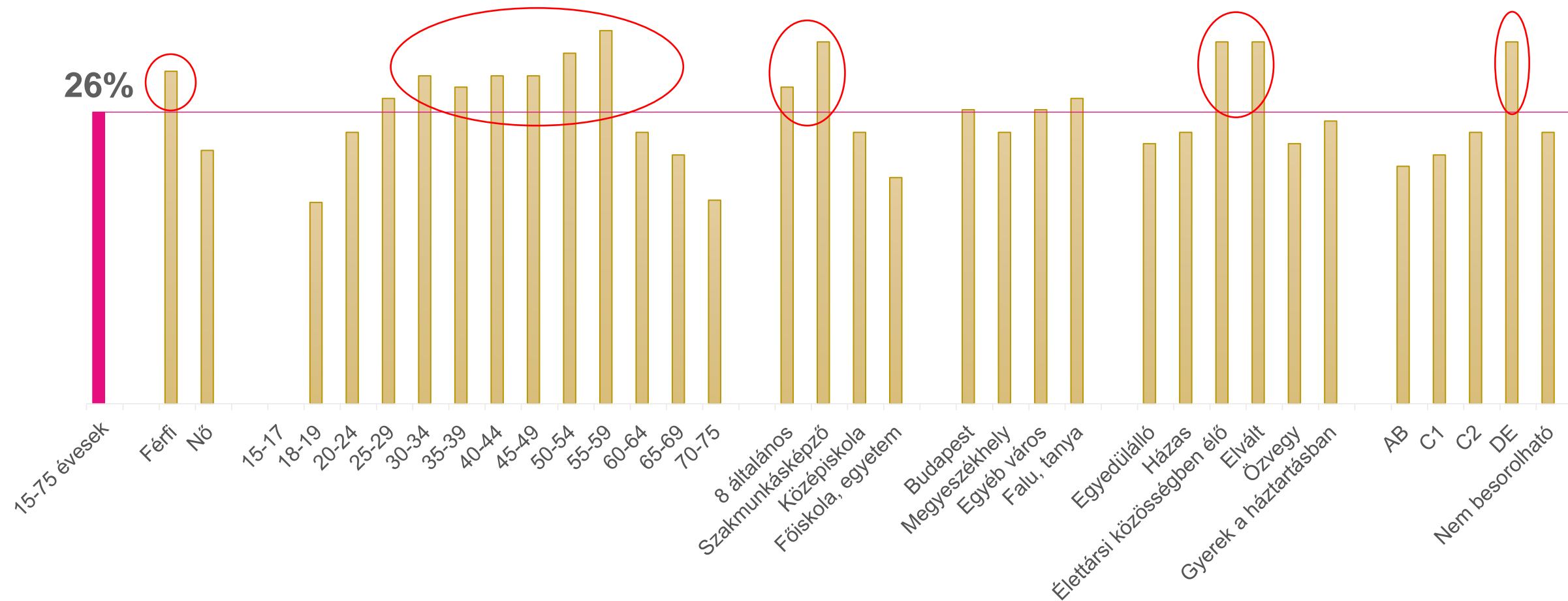
Hatás: piacszegmentáció segítségével meghatározott célcsoportokra kidolgozott kommunikációs stratégia segíti a hatékony elérést



Dohányzás alakulása Magyarországon



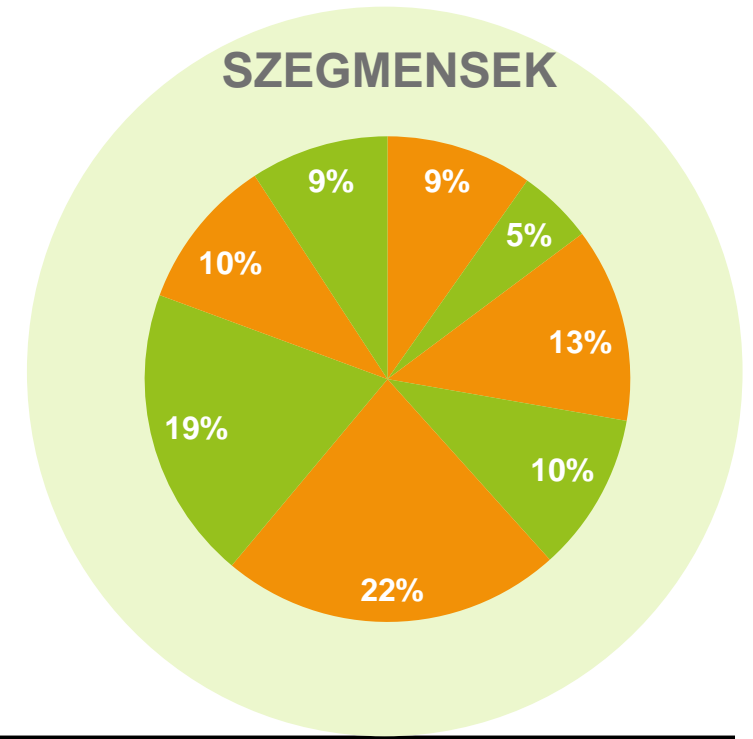
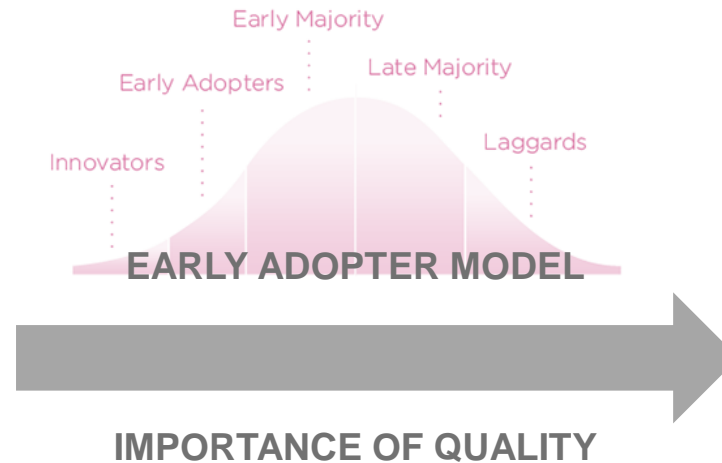
Dohányzók szocio-demográfiai bemutatása



Szegmensek kialakítása

A szegmentáció a következő kritériák alapján került kialakításra:

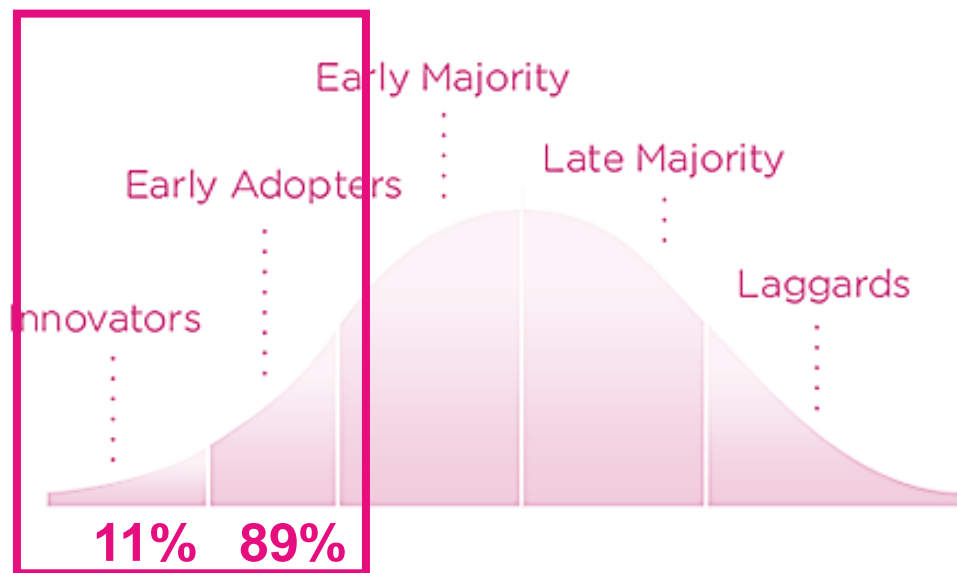
- early adopter modell bevonásával, valamint
- minőséggel való kapcsolat alapján (minőséggel kapcsolatos attitűdállítások felhasználásával)



Egy potenciális szegmens bemutatása



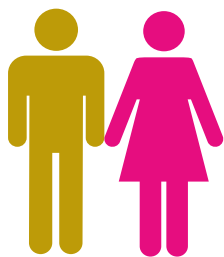
HATÁROZOTT SUPERGIRL-ÖK



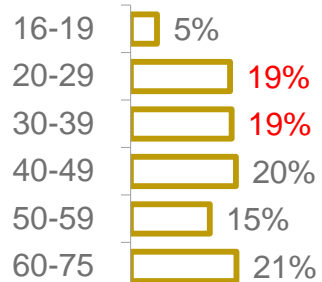
Egy potenciális szegmens bemutatása – HATÁROZOTT SUPERGIRL-ÖK



SZOCIO-DEMOGRÁFIA



58% 42%



BUDAPEST

24%



MEGYESZÉKHELY

18%



EGYÉB VÁROS

35%

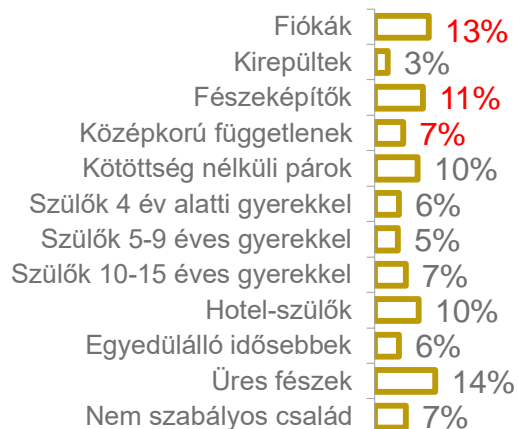
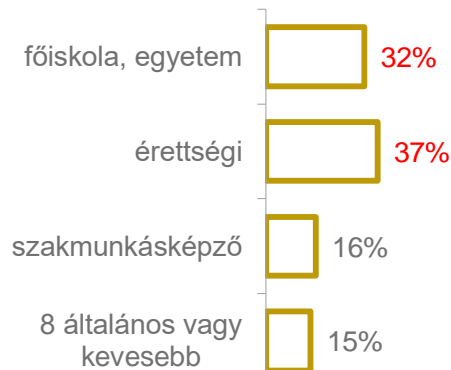


FALU

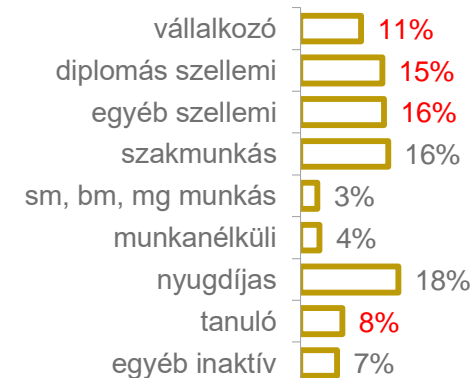
23%



ISKOLAI VÉGZETTSÉG



FOGLALKOZÁS



CSALÁDI ÁLLAPOT



EGYEDÜL-
ÁLLÓ

27%



HÁZAS

39%



ÉLETTÁRSI
KAPCSOLAT

21%



ELVÁLT

7%

Egy potenciális szegmens bemutatása – HATÁROZOTT SUPERGIRL-ÖK



SZABADIDŐ

• Sportol hetente	48%	+10%
• Söröző látogatás	54%	+13%
• Kávézó látogatás	73%	+14%
• Színház	64%	+13%
• Zenés szórakozóhely	12%	+4%
• Étterem	48%	+14%
• Gyorsétterem	67%	+14%
• Barkácsolás	40%	+4%
• Kertészkedés	16%	-3%



Autó a háztartásban
75%
+8%



Nyaralás
40%
+13%



ÉRDEKLŐDÉS

• Éttermek, fesztiválok	54%	+11%
• Utazás, nyaralás	65%	+11%
• Sportolás	51%	+10%
• Mozi, filmek	76%	+10%
• Külföldi hírek	68%	+8%

Egy potenciális szegmens bemutatása – HATÁROZOTT SUPERGIRL-ÖK



INTERNETHASZNÁLAT



Napi internethasználók: 98% **+4%**



Okostelefon használók: 91% **+5%**



Mobilinternet használók: 88% **+8%**

Változatos csatornaválasztás jellemzi őket

HAGYOMÁNYOS MÉDIAFOGYASZTÁS (NAPI)



TV: 75% **-3%**



Rádió: 53% **+5%**



Napilap: 14% **+2%**



Magazin: 11% **+2%**



**SZÉLESKÖRŰ,
VÁLTOZATOS
INTERNET-
HASZNÁLAT**

